

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

LEONARDO GUIOTTI ZIMMERMANN DIAS

**O NOVO JOGO DO PODER E A MÍDIA COMO ATOR NO
PLANO POLÍTICO EXTERNO BRASILEIRO**

BAURU
2017

LEONARDO GUIOTTI ZIMMERMANN DIAS

**O NOVO JOGO DO PODER E A MÍDIA COMO ATOR
NO PLANO POLÍTICO EXTERNO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais, sob orientação do Prof. Dr. Bruno Vicente Lippe Pasquarelli.

BAURU
2017

LEONARDO GUIOTTI ZIMMERMANN DIAS

**O NOVO JOGO DO PODER E A MÍDIA COMO ATOR NO PLANO
POLÍTICO EXTERNO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade do Sagrado Coração, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais, sob orientação do Prof. Dr. Bruno Vicente Lippe Pasquarelli.

Bauru, 23 de novembro de 2017.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Bruno Vicente Lippe Pasquarelli
Universidade do Sagrado Coração

Prof.^a M.^a Beatriz Sabia Ferreira Alves
Universidade do Sagrado Coração

Prof.^a M.^a Mayra Fernanda Ferreira
Universidade do Sagrado Coração

Dedico este trabalho aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelo total apoio e compreensão, pelo esforço desmedido e por fornecerem a base fundamental para minha formação, além de nunca desistirem e não me deixarem desistir. Sem vocês nada seria possível. À minha irmã, pela amizade, carinho e companheirismo em todos os momentos da minha vida.

Aos meus amigos de escola, mesmo com cada um seguindo seu caminho, sempre foram presentes e tornaram minha vida acadêmica muito mais agradável com as conversas sobre a vida e risadas infundáveis.

Agradeço também aos meus amigos que tive a oportunidade de conhecer durante o curso, que dividiram comigo esses últimos anos de muito conhecimento, aprendizagem, agonias e desesperos, mas acima de tudo, muitas boas recordações.

Ao orientador Bruno, pela liberdade concebida para realizar este trabalho com muita competência e respeito, e por compartilhar parte de seu conhecimento. À coordenadora do curso Beatriz, pela dedicação aos seus alunos e por facilitar as coisas.

Por fim, a toda minha família, que mesmo não tão próximos na realização deste trabalho, colaboraram indiretamente.

Minha eterna gratidão.

“Bem lá no fundo você sabe que só existe uma única mágica, um único poder, uma única salvação, e que ela se chama amor”. (Hermann Hesse).

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a mídia como ator no plano político externo brasileiro, promover uma reflexão teórica sobre essa nova característica da política externa, como também o comportamento dos Estados diante dela e sua importância para as relações de poder atualmente. Além disso, trazer essas questões para a realidade brasileira, e tentar buscar alternativas para uma inserção mais efetiva do país nesta nova realidade. Para tanto, se analisa a expansão da comunicação política internacional e as implicações da inserção das redes sociais, destacando as potencialidades do poder de divulgação e persuasão por meio do discurso, da autonomia, da interação de seus atores, e dos novos desafios oriundos da era da informação em rede, além das principais teorias da comunicação no intuito de estabelecer a relação da mídia com os fenômenos contemporâneos e como ocorreu a sua inserção no contexto das relações internacionais. Por fim, o trabalho busca analisar as postagens dos representantes de governo através do Twitter, pois o tema de política doméstica tornou-se uma das principais pautas da política externa brasileira, ganhando notoriedade internacional e mobilizando opiniões divergentes em âmbito global.

Palavras-chave: Poder. Mídia. Atores emergentes. Política Externa. Relações Internacionais.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the media as an actor in the Brazilian foreign political plane, to promote a theoretical reflection about this new feature of foreign policy, as well as the behavior of the states before it and its importance to the relations of power today. In addition, bring these issues to the Brazilian reality, and try to seek alternatives for a more effective insertion of the country in this new reality. In order to do so, we analyze the expansion of international political communication and the implications of the insertion of social networks, highlighting the potential of the power of dissemination and persuasion through the discourse, autonomy, interaction of your actors, and the new challenges arising from the era of network information, as well as the main theories of communication in order to establish the relationship of the media with contemporary phenomena and how their insertion occurred in the context of international relations. Finally, the paper seeks to analyze the posts of government representatives through Twitter, as the topic of domestic politics has become one of the main guidelines of Brazilian foreign policy, gaining international notoriety and mobilizing divergent opinions at a global level.

Keywords: Power. Media. Emerging players. Foreign policy. International relations.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MRE	Ministério das Relações Exteriores
ONU	Organização das Nações Unidas
PT	Partido dos Trabalhadores

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	MÍDIA, OPINIÃO PÚBLICA E AS RELAÇÕES INTERNACIONAIS	14
2.1	A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO PLANO POLÍTICO	15
2.2	OPINIÃO PÚBLICA E DIPLOMACIA MUDIÁTICA.....	17
2.3	DIPLOMACIA MUDIÁTICA E A CULTURA DE POLÍTICA EXTERNA.....	20
2.4	A QUESTÃO DA IMPRENSA NO BRASIL.....	22
2.5	A INSERÇÃO DAS NOVAS MÍDIAS NO CENÁRIO INTERNACIONAL: A COMUNICAÇÃO DE MASSA NA ERA DA INFORMAÇÃO EM REDE.....	25
2.6	A MÍDIA NA SOCIEDADE EM REDE E AS NOVAS DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO GLOBAL.....	29
2.7	A INTERAÇÃO POR MEIO DAS REDES SOCIAIS E A CONTRIBUIÇÃO NA DISCUSSÃO DE POLÍTICA E TEMAS GLOBAIS.....	31
3	POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA: A MÍDIA COMO ATOR	37
3.1	AGENDA DA POLÍTICA EXTERNA.....	42
3.2	POLÍTICA DE ESTADO E POLÍTICA DE GOVERNO.....	44
4	AS NOVAS MÍDIAS E DIPLOMACIAS NO PLANO POLÍTICO EXTERNO BRASILEIRO ATUAL	46
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS	59
	APÊNDICE A	63

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Valente (2007), após Westfália, nasceu não somente a noção que ainda temos do Estado, mas foi criado o tabuleiro que até hoje é usado para o jogo¹ do poder no cenário internacional. As novas tecnologias da comunicação, do rádio à internet e aos computadores de última geração, e a disseminação de um jornalismo e de produtos culturais globalizados fizeram com que as estruturas sócias passassem, e ainda passem, por modificações com rapidez e profundidade nunca vistas antes. As distâncias se tornam menores, a presença física é cada vez menos importante, a propagação de uma notícia ocorre cada vez veloz e é capaz de provocar reações em multidões de uma só vez.

O autor ainda afirma que o Estado não perdeu poder por conta das transformações na comunicação, não deixou de se basear no econômico, no político e no militar para a conquista do poder. Porém redimensionou e modificou sua atuação para o alcance deste objetivo. Hoje, percebemos claramente sintomas de um novo tipo de comportamento: os Estados passaram a usar a atual complexidade e seus novos atores e recursos como instrumentos para a política externa, numa tentativa de ampliar suas capacidades de êxito no jogo do poder internacional.

Diante disso, a criação e o desenvolvimento da Internet trouxeram significativos impactos para a atividade cotidiana da política externa, incrementando os contatos entre os países e a instantaneidade nas suas comunicações.

Assim, enquanto alguns alegam que a mídia e os novos meios de informação e de comunicação estão minando a capacidade de decisão dos Estados, outros, como Aron (2002), enxergam a revolução da informação como instrumento para ampliar, manter ou conquistar poder em âmbito internacional.

Essas mudanças contribuem para que a política externa não seja mais realizada apenas por agentes do governo, como os diplomatas e Poder Executivo. Com isso, é possível notar a presença de novos atores no cenário político internacional, como a sociedade civil, as administrações estaduais e municipais e a imprensa.

¹ A expressão “jogo” para designar a busca pelo poder é conhecida e usada por muitos autores das Relações Internacionais. Para Aron (2002), “a diplomacia é um jogo no qual os jogadores às vezes se arriscam a perder as vidas, e às vezes preferem a vitória às vantagens que resultariam dela”.

Por isso costuma-se dizer que a imprensa é o quarto poder², ou seja, ela consistiria em um poder além dos já conhecidos Executivo, Legislativo e Judiciário. A imprensa desempenharia um papel regulador e fiscalizador desses outros poderes ao mesmo tempo em que influenciaria os demais poderes veiculando as aspirações da sociedade.

As novas formas de interação entre os Estados, resultado da Era da Informação, mesmo sendo consequência de um desenvolvimento social e, portanto, não participarem exatamente da vontade dos Estados, não acontecem de forma passiva, muito menos sob forma ditatorial por parte dos veículos de comunicação. As modificações do jogo do poder obrigaram os Estados a se adaptarem, para tirarem o máximo de proveito estratégico dessa realidade. Se ao mesmo tempo, adaptar-se é uma necessidade, ir além, transformando os recursos dessa adaptação em instrumentos que tornem ainda mais efetivos seus objetivos externos, é, sem dúvidas, uma grande oportunidade. E muitos Estados estão conseguindo, transformando uma relação em que aparentemente possuem papel de inferioridade num jogo de bastidor em que são eles que realmente dão as cartas.

Eytan Gilboa afirma que essas interações para fins de política externa existem e que o objetivo delas é pressionar a opinião pública de um ou mais países em prol de um tema, de forma que os governantes dessas nações se sintam também pressionados ou simpatizados com determinada causa, facilitando assim as negociações. E de acordo com ele, essas interações podem ser divididas em dois grupos: No primeiro, o Estado age por conta própria, unilateralmente, aproveitando-se de características particulares da mídia para trabalhar suas informações. No segundo, a ação é conjunta, sendo fruto de acordo entre as partes.

Os agentes diplomáticos tradicionais, ao não integrarem no exercício da atividade diplomática a rapidez, profundidade e impacto da mudança tecnológica e a sua influência na sociedade mundial e nas relações internacionais acabam por deixar o caminho aberto para a predominância de novos atores. Steven (2008, p. 2) considera essencial a compreensão do poder e do potencial tecnológicos no exercício da atividade diplomática.

² Segundo Nelson Traquina (1993), o termo Quarto Poder foi ressaltado em 1928, pelo inglês Lord Macaulay, que explicou que a imprensa deveria atuar na proteção do cidadão, contra o abuso dos governantes, além de ser uma ferramenta do exercício dos direitos e a oportunidade de dar voz às reclamações dos cidadãos.

Portanto, é importante adaptar os objetivos estratégicos e de política externa brasileira para as formas desse tipo de diplomacia. Em primeiro lugar, identificando as estratégias desse tipo de diplomacia realizadas por outros Estados, principalmente as que envolvem o Brasil, dissecar sua estrutura reconstituindo sua forma de elaboração e, por fim, traçar planos de ação a partir dela. Em segundo lugar, trabalhar na tentativa de criar uma cultura de política externa nos veículos de comunicação brasileiros. O importante é que a elaboração desses planos faça parte de uma estrutura que pense na atuação mais relevante e mais ativa do país cenário internacional. Incentivando-o a ser formador de opinião, e não apenas sujeito às vontades e diretrizes externas.

Potter (2008) sustenta que os diplomatas deverão, de forma empenhada, fazer uso das vantagens de escala propiciadas pela rápida expansão das redes sociais, trabalhando com as comunidades online existentes e desenvolvendo novas comunidades para a pesquisa, desenvolvimento e transmissão de políticas. Este autor refere que as redes sociais poderão transformar a capacidade de os diplomatas defenderem e transmitirem as suas políticas de uma forma abrangente.

Steven (2008, p. 7) ainda refere que é essencial que os governos levem a tecnologia mais a sério, nos seus esforços para criar um novo tipo de diplomacia mais adaptada à realidade atual, referindo-se às “tendências que irão reordenar a estrutura da sociedade global, a relação entre governo e cidadãos e a natureza dos riscos incorridos”. Considerando essencial uma reconfiguração das organizações governamentais, libertando as pessoas que nelas trabalham, estimulando a sua autonomia e criatividade, num mundo que valoriza cada vez mais a criatividade individual e o seu contributo no contexto de uma ação interdependente em rede, o que é limitado por organizações robóticas e inflexíveis e que limitam o acesso dos seus funcionários ao contato com o mundo exterior.

Escolheu-se, portanto, as pesquisas acadêmicas relacionadas à mídia por estas virem desempenhando um importante papel como ator social na formação da opinião pública mundial. Quanto a esse papel da mídia, destaca-se ainda sua influência como instrumento de estratégia política.

Segundo Kellner (2001, p.123), os produtos da cultura da mídia têm cunho ideológico e vinculam-se à retórica, a lutas, programas e ações políticas. Assim, “em vista de seu significado político e de seus efeitos políticos, é importante aprender a

interpretar a cultura da mídia politicamente a fim de descodificar suas mensagens e conceitos ideológicos”.

Este trabalho busca justamente compreender as características elementares dos principais atores do cenário internacional, quais as principais teorias da comunicação no intuito de estabelecer a relação da mídia com os fenômenos contemporâneos e como ocorreu a sua inserção no contexto das relações internacionais. Além disso, o presente trabalho tem como objetivo analisar a expansão da comunicação política internacional e as implicações da inserção das novas mídias e dos novos desafios oriundos da era da informação em rede, e por fim, demonstrar as formas e os limites do exercício desse poder pela mídia.

A fim de atingir os objetivos traçados para este trabalho, estruturou-se o mesmo em três sessões: a primeira versa sobre a fundamentação teórica dos efeitos e influência das novas mídias e diplomacias no plano político, a questão da imprensa, da opinião pública e as Relações Internacionais. A segunda busca mostrar a importância dos estudos de política externa, compreendendo-a como política pública e entendendo a mídia como um ator formador de opinião pública. Por fim, a terceira sessão discute a interação e contribuição das redes sociais, como o *Twitter*, analisando a importância e relevância desses novos meios de comunicação assumem para as atividades políticas e diplomáticas brasileiras atuais, principalmente no governo Dilma e no governo Temer.

2 MÍDIA, OPINIÃO PÚBLICA E AS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Por ser considerada uma área multidisciplinar, as relações internacionais acabam envolvendo diversos temas e conceitos em seus estudos. O que nos permite assim encontrar pesquisas mais antigas e tradicionais sobre determinados temas, enquanto outros ainda são poucos aprofundados. No caso da mídia, há estudos relacionando-a com poder e política, por exemplo, mas ainda é uma área relativamente nova dentro das relações internacionais.

No Brasil, por exemplo, os estudos relacionando estes temas são bem recentes e escassos. Grande parte da produção tem origem a partir de 2007, com a publicação de trabalhos como dissertações de mestrado, teses de doutorado e livros publicados, de acordo com as pesquisas realizadas para este trabalho. Isso deve-se principalmente pelas mudanças ocorridas no cenário mundial e, conseqüentemente, nos atores atuantes na sociedade internacional.

É com base nessas reflexões que o presente trabalho coloca a problemática da mídia, visto que ela é uma subárea ainda pouca estudada, porém importante e pertinente para a compreensão das Relações Internacionais, ciência interdisciplinar que tem como alguns de seus objetivos a discussão conceitual pertinente às relações entre as sociedades e os Estados nacionais; a análise dos processos políticos, econômicos e sociais desencadeados no sistema internacional; o estudo dos atores estatais e não-estatais, além das relações entre eles.

A relevância desse estudo ainda é destacada por Júlia Camargo (2009, p.15 – Introdução):

Os estudos sobre o papel da mídia constituem uma subárea no campo das Relações Internacionais, que trata especificamente desses fenômenos, a Comunicação Internacional. Entretanto, poucas são as pesquisas em Relações Internacionais no Brasil que focalizam o papel da mídia como centro de discussões: “o papel da mídia na política internacional é um assunto relevante, mas pouco estudado no Brasil, tanto na área das Relações Internacionais como da Comunicação”.

Com isso, a literatura existente entre mídia e Relações Internacionais se limita a duas teorias contrastantes: *CNN effect* e *Manufacturing Consense*. A *CNN effect* analisa a capacidade que a mídia tem de influenciar diretamente no processo de tomada de decisão, bem como de modificar a agenda política, principalmente em assuntos relacionados às intervenções militares. Já a *Manufacturing Consense* considera que a mídia não interfere no processo político. Para ela ocorre o inverso,

ou seja, a mídia que é mobilizada com o intuito de apoiar as políticas governamentais ou as elites. “Essa perspectiva de análise é baseada na teoria do imperialismo cultural, a qual sugere que existe um pacto entre as elites mundiais com a finalidade de se configurar e manter determinado status quo” (CAMARGO, 2009, p.46).

Observa-se, porém, que “o grau dessa influência pode variar de acordo com o caso analisado e pode ocorrer que em determinados assuntos ora a mídia guia a política, ora a política guia a mídia. E isso pode acontecer em diferentes intensidades e contextos” (CAMARGO, 2009, p.47).

Nesse âmbito, como afirma Mattelart (2002, p.11), “os instrumentos de comunicação têm acelerado a incorporação das sociedades particulares em grupos cada vez maiores, redefinindo continuamente as fronteiras físicas, intelectuais e mentais”. Ampliam-se, então, os fluxos de comunicação e a integração dos Estados, de modo que a globalização propicia a reformulação de valores e as estratégias políticas nas relações internacionais, como será visto ao decorrer deste trabalho.

A mídia, então, é um instrumento estratégico de ação política na medida em que a globalização das comunicações difunde valores e, por conseguinte, forma a opinião pública. É importante atentarmos, ainda, que nem sempre ela atua de modo favorável ao campo político. Assim, por um lado a mídia serve como propaganda de ações governamentais; por outro, porém, muitas vezes esse papel é invertido, passando a ser “temida” pelos políticos por sua atuação controladora cujo objetivo é prestar um serviço à sociedade com a verdade, como está no capítulo II do Código de Ética dos Jornalistas: “Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação” (FENAJ, 2007, p.1).

2.1 A INFLUÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO PLANO POLÍTICO

Diante dos aspectos apresentados, pode-se destacar que os meios de comunicação exercem influência sobre as ações governamentais e no plano político, por exemplo, de modo que a política e a mídia são aspectos relevantes para a compreensão da diplomacia midiática, visto que esta se preocupa em alcançar a maior eficácia das negociações (seja com governos, empresas ou organizações internacionais) através do auxílio dos recursos da Era da Informação.

Essa relação política-mídia pode ser, também, ilustrada pela capacidade do estado de exercer a autoridade geralmente depende de sua capacidade de exercer duas formas relacionadas, porém distintas, de poder: o poder coercitivo e o poder simbólico (Max Weber apud Thompson, 2002).

Porém, antes de adentrar nestes aspectos referentes aos tipos de poder utilizados pelo Estado para exercer a autoridade, vale destacar que poder é

a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos que lhe são disponíveis; recursos são os meios que lhe possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. [...] Mas a importância das instituições estatais não nos deveria ocultar o fato de que o poder manifestamente político é somente uma forma mais especializada de poder (THOMPSON, 2002, p.21).

Diante disso, o poder coercitivo pode ser entendido como o uso ou ameaça da força física para subjugar ou conquistar um oponente. Nesse sentido, a força física não consiste simplesmente na força bruta humana, visto que pode ser aumentada pelo uso de armas e, entre outros recursos. Já o poder simbólico é entendido pelos meios de informação e comunicação, os quais possuem a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas.

Atualmente, o poder simbólico vem ganhando um certo espaço no sistema internacional em detrimento do poder coercitivo. Ainda existem guerras, assim utilizando armamentos e a força física, de acordo com os episódios mais recentes mundialmente. Porém, as mesmas vêm rendendo-se para o poder simbólico, ou seja, estando consideravelmente mais presente na Era da Informação através de suas propostas de pactos simbólico, tal como entendidas por Sá Barreto (2006, p.48) como “as estratégias enunciativas de captura do receptor, um componente de vínculo entre a oferta e a demanda presente em qualquer discurso midiático”. No caso da diplomacia midiática, como dito anteriormente, o receptor é cada governo, empresa ou organização internacional que o Estado está buscando alcançar para a maior eficácia das negociações.

Nesse sentido, a mídia é um tipo de poder simbólico muito utilizado pela diplomacia midiática. Nye e Keohane apud Camargo (2009, p.44) explicam que

o soft power – capacidade de conseguir resultados desejados por meio da atração ao invés da coerção – requer eficácia na utilização dos meios de comunicação. Os autores asseveram que a revolução da informação alterou as características da interdependência complexa, pois com o advento da

mídia no mundo político, o número de canais de comunicação se multiplicou.

Assim, com a globalização e a crescente comunicação entre os Estados, a diplomacia e as relações de poder foram sendo alteradas com o tempo, isto é, de modo que gradativamente o poder simbólico está sobrepondo o poder coercitivo.

Na visão de Nye (2002); (2004), compreende-se que a mídia como *Soft Power* somada ao *Hard Power* gera o *Smart Power*, ou seja, as duas vertentes ligadas e em cooperação refletem em um mecanismo de grande importância de estruturação no sistema internacional. De acordo com Gilboa (2001), a diplomacia pública é um mecanismo que traz novas regras e uma infinidade de implicações entre os governos e o grande público. Para tanto, a diplomacia, conforme o autor, é segregada em três postulados: a diplomacia pública, a diplomacia na mídia e a diplomacia pela mídia. Segundo Gilboa (2001), existe na atualidade um novo tipo de diplomacia que difere da pública, a chamada diplomacia midiática, cuja sociedade de informação age de modo que as influências de conglomerados comunicacionais atuem nas negociações internacionais.

Smart Power (Poder inteligente), é um termo nas Relações Internacionais definido por Joseph Nye como "a capacidade de combinar *Hard* e *Soft Power* em uma estratégia vencedora". De acordo com Crocker, Hampson & Aall (2007), o *Smart Power* "envolve o uso estratégico da diplomacia, persuasão, capacitação, projeção de poder e influência de modo que seja rentável e legítima como políticas sociais".

2.2 OPINIÃO PÚBLICA E DIPLOMACIA MIDIÁTICA

Opinião pública é o conjunto das correntes de pensamento expressas em um país em determinado período (MANZUR, 1999, p.30). De acordo com o pensamento de Polacow e Romanini (2004, p.2)

a construção de uma boa imagem pública é um fator determinante na obtenção do consentimento da opinião pública. Através da propaganda política reforçada e potencializada pelos veículos de comunicação - inicialmente com a imprensa, depois com o rádio e com o mais eficiente deles, a televisão e, atualmente, com a internet - os políticos buscam sedimentar sua imagem pública na sociedade.

Entretanto, para que se alcance uma boa imagem pública, é importante que algumas condições sejam destacadas, como destaca Almeida Sá (2002, p.12) ao considerar a opinião pública como conceito político: "liberdade de expressão em sentido amplo; publicidade; e ausência de pré-julgamentos ou apriorismos".

A liberdade de expressão ocorre quando se permite a livre manifestação de pensamentos e opiniões. Para que ela ocorra, é preciso reconhecer e garantir, de fato e juridicamente, o que se poderia denominar liberdade de expressão em sentido amplo. “Assim, a liberdade de expressão como direito fundamental das pessoas, deve ser entendida como o tronco comum de onde partem concretas e determinadas liberdades tais como as de manifestar o pensamento e de imprensa” (Id. Ibidem, p.12-13).

Em relação à liberdade de pensamento, a Constituição Federal do Brasil descreve, no Título II Dos Direitos e Garantias Fundamentais, Capítulo I Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, Art. 5º: “IV - *é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato*” (SALIBA, 2010, p.8). Ademais, no que confere à imprensa, temos no Capítulo V Da Comunicação Social:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º - Nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º - É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística (Id.Ibidem, p.93).

Segundo Almeida Sá (2002), não é suficiente que se possa opinar e discutir livremente. É necessário, então, que haja publicidade, que a discussão se produza em um contexto de transparência ou visibilidade, em que predomine a ausência de segredo e/ou da prática de opinar e decidir mediante acordos secretos.

Essa característica também é verificada na Constituição brasileira, no Capítulo VII Da Administração Pública, Seção I, Disposições Gerais: “Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência” (SALIBA, 2010, p.30).

Por fim, para que se obtenha o consentimento da opinião pública, é necessária a ausência de pré-julgamentos, ou seja, é preciso, segundo Almeida Sá (2002, p.23), que “as ideias e opiniões públicas e livremente manifestadas, sem segredo ou simulação, concorram entre si em regime de igualdade e sem apriorismos. Que não sejam limitadas ou impedidas de circular por certezas evidentes ou preconcebidas”.

Nesse sentido, o autor entende que a opinião pública precisa de informação e educação: cada sujeito deve se informar sobre os assuntos públicos, de modo que se torne capaz de formar sua opinião sobre os assuntos que lhe dizem respeito. Isso deve ocorrer, porém, sem que haja influência de pré-julgamentos. Assim,

a opinião errada é perfeitamente possível no âmbito da opinião pública. De fato, a opinião pública estará muitas vezes equivocada, seja ela formada a partir de uma minoria esclarecida ou da maioria. A diferença estará, devemos insistir, em que o pré-julgamento precede, como seu próprio nome indica, à discussão racional, enquanto que a opinião errada é sempre posterior e pode, ou não, acontecer (ALMEIDA SÁ, 2002, p.23).

Complementando esse aspecto da opinião pública, Radenovic (2006, p.1), ao tempo em que converge com Almeida Sá (2002), amplia o argumento colocando as restrições desse enfoque na atualidade:

Para poder existir uma verdadeira opinião pública mundial, é indispensável a existência de meios de comunicação que cheguem a todas as pessoas do planeta Terra. É ainda necessário que todas as pessoas do mundo tenham livre acesso à informação através de um processo democrático, bem como a existência de capacidades cognitivas que permitam receber e analisar a informação... Destas condições pouca coisa existe neste momento e por isso podemos apenas falar do início (muito ténue) de uma verdadeira opinião pública mundial. Mas, em contrapartida, podemos falar de uma forte tentativa de domínio da comunicação por parte dos atores mais fortes da política internacional.

Radenovic (2006) ainda enfatiza a relação do fluxo das comunicações, diferenciando-as quanto ao regime: democrático ou totalitário. Nos regimes totalitários o fluxo é dado em uma única direção, sendo do governo para as massas. Nesse enfoque, o governo objetiva alcançar o máximo apoio popular através do uso da propaganda.

Além disso, é importante distinguir publicidade de propaganda, pois muitas vezes esses termos são confundidos pela sociedade, inclusive no âmbito acadêmico. Nesse sentido, tem-se que a publicidade é a atividade mediante a qual bens de consumo e serviços que estão à venda se dão a conhecer, de modo que se busca convencer o público da vantagem de adquiri-los. A propaganda, por sua vez, corresponde à disseminação de ideias por meio de diferentes canais de comunicação, assim objetivando promover no grupo ao qual se dirige os objetivos do emissor, podendo estes não serem favoráveis ao receptor (GOMES, 2001).

Nos regimes democráticos há um fluxo constante entre as elites e a opinião pública. É o que Born (2006) destaca de “diplomacia pública”, que é a diplomacia que incorpora a interlocução popular na formulação da política externa. Assim, a opinião popular é posta como mais um ator a ser considerado no campo das

relações exteriores, bem como se evidencia que a política externa não pode mais existir separada da política interna.

Percebe-se, então, o poder de influência da opinião popular, que vem cada vez mais se manifestando através de novos canais de comunicação, sendo o que Valente e Santoro (2006) definiram de diplomacia midiática, ou seja, aquela que utiliza novos recursos midiáticos da Era da Informação para a diplomacia.

Entre esses novos recursos destacamos as mídias sociais. Com estas surgiu um novo tipo de comunicação. A comunicação *one way* não é mais válida e uma pista de mão dupla se estabeleceu com muita informação sendo gerada pelo consumidor. [...] As mídias sociais dizem respeito a pessoas comuns que passam a ter o poder de divulgar suas ideias coletivamente e influenciar o mundo ao seu redor (RAMALHO, 2010, p.6).

Porém, é certo afirmar que apesar desses novos recursos midiáticos, o governo ainda emprega a publicidade e os meios de comunicação tradicionais para atingir uma opinião pública favorável a suas políticas.

Outro ponto que merece destaque é a diferenciação entre diplomacia midiática e diplomacia pública. Valente e Santoro (2006) esclarecem:

Não devemos, no entanto, confundir a diplomacia midiática com diplomacia cultural ou diplomacia pública, apesar dos pontos em comum de tais práticas. Para Gilboa, o que difere a diplomacia midiática é seu caráter mais pragmático que também leva em consideração a disseminação de conteúdos culturais e valores ideológicos, mas sem perder o foco de objetivos específicos. Trata-se do estudo dos sistemas de comunicação atualmente usados na diplomacia pelos Estados para expressar e defender seus interesses, estimular a realização de acordos e até mesmo legitimar ultimatums. Um novo canal de contato para esclarecer posições e convencer outros Estados e diversos atores globais sobre essas posições. (GILBOA, 2001: 65).

Portanto, percebe-se que a diplomacia midiática, não obstante sua incipiência na área acadêmica das Relações Internacionais, está presente nos planos políticos dos governantes, de modo que é utilizada como instrumento político e meio de formar opinião pública. Nesse sentido, criou-se uma nova diplomacia, “com novas regras, técnicas e uma infinidade de implicações para governos, diplomatas, jornalistas e o grande público” (GILBOA, 2001) (Id.Ibidem).

2.3 DIPLOMACIA MIDIÁTICA E A CULTURA DE POLÍTICA EXTERNA

Em *Política externa na era da informação*, publicação resultante de dissertação de mestrado em Relações Internacionais pela Universidade Fluminense, Leonardo Valente aborda, dentro outros tópicos, a maneira de como os Estados

atuam em suas políticas externas, que se alterou devido as alterações nos veículos de comunicação.

Leonardo Valente considera a importância de as forças internas, econômicas e sociais, auxiliarem o Estado em políticas voltadas para o exterior, e que, para isso, é preciso o alinhamento dessas forças aos objetivos do país no plano global. “Devem ter consciência do papel que o Estado possui e do papel que ele quer ter. Isso só é possível com a disseminação da cultura de presença do país no exterior, e de uma presença, ativa, e não somente reativa em relação aos valores e projetos estrangeiros” (VALENTE, 2007, p.174).

O autor defende também que é fundamental uma política externa adequada aos interesses do país no cenário internacional, e que isso depende da criação de uma cultura de política externa.

Disseminar uma cultura de política externa é trabalhar para mudar a visão que as elites e a população em geral têm do papel do Brasil no mundo. Mudar a visão das elites das empresas de comunicação é preparar terreno para a disseminação dessa ampla mudança de visão, para todos os segmentos. É por meio da imprensa e de produtos culturais de massa que esses valores são mais rapidamente difundidos. (Ibid., p.175).

Criar ainda uma cultura de política externa não significa sufocar interesses setoriais ou divergências internas, por exemplo, mas fazer com que cada um dos segmentos internos veja nos objetivos internacionais do Estado e nas oportunidades do exterior um campo relevante para a atuação e para o desenvolvimento. “Neste ponto, os meios de comunicação assumem papel importantíssimo. Primeiro, porque seu empresariado precisa ser educado dentro dessa cultura. Precisa entender melhor a necessidade que o país possui de ter um papel-chave no cenário internacional e que isso é fator essencial para o desenvolvimento do país”. (Ibid., p.174).

Recorrendo aos conceitos de “campos de interação”, de Pierre Bourdieu, e entendendo que indivíduos e instituições perseguem fins e objetivos os mais variados e, assim, agem dentro de um conjunto de circunstâncias previamente dadas que lhes proporciona diferentes inclinações e oportunidades, o autor John Thompson considera que os fenômenos sociais podem ser vistos como ações intencionais que ocorrem em contextos sociais estruturados.

A posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou instituição é muito estreitamente ligada ao poder que ele ou ela possui. No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências. No exercício do poder, os indivíduos empregam os recursos

que lhes são disponíveis; recursos são os meios que lhes possibilitam alcançar efetivamente seus objetivos e interesses. [...] Há recursos controlados pessoalmente, e também recursos acumulados dentro de organizações institucionais, que são bases importantes para o exercício do poder. (THOMPSON, 1998, p.21).

O autor faz distinção entre os quatro principais tipos de poder – diferentes formas que se sobrepõem de maneira complexa e variada –, denominados por ele como “econômico”, “político”, “coercitivo” e “simbólico”, bem como de seus recursos e suas “instituições paradigmáticas”.

A diplomacia midiática se apoiaria, sobretudo, nos atributos do poder simbólico, definido por Thompson como “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas” (Ibid., p.24), que se reconhecem na abordagem da obra homônima de Pierre Bourdieu: “poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. (BOURDIEU, 2004, p.14).

2.4 A QUESTÃO DA IMPRENSA NO BRASIL

Diante do que foi discutido no tópico anterior, vale lembrar a importância e a influência que a imprensa assume sobre a sociedade civil de melhorar a imagem do país em determinados assuntos. A história da imprensa no Brasil tem seu início somente em 1808, com a chegada da família real portuguesa e a criação da Imprensa Régia, hoje Imprensa Nacional, pelo príncipe-regente dom João. Antes disso era proibida a publicação de jornais, livros ou panfletos (e toda e qualquer atividade de imprensa). O Brasil foi a última colônia europeia nas américas a ter a imprensa liberada, com séculos de atraso.

A Gazeta do Rio de Janeiro, primeiro jornal publicado em território nacional, começara a circular em setembro de 1808, sendo o órgão oficial do governo português que tinha se refugiado na colônia americana e só publicava notícias favoráveis ao governo. Tudo o que se publicava na Imprensa Régia era submetido a uma comissão formada por três pessoas, destinada a “fiscalizar que nada se imprimisse contra a religião, o governo e os bons costumes”.

O primeiro jornal brasileiro lançado por um brasileiro foi o Correio Braziliense, mas seu criador, o exilado Hipólito José da Costa, fazia tudo de Londres e as poucas cópias que chegavam ao Brasil, geralmente com atraso, eram confiscadas pelo governo (mesmo o Correio Braziliense não sendo um jornal de oposição).

O Brasil teve de esperar até 1821 para ter o primeiro veículo de imprensa fora do controle do governo, com o surgimento do jornal Diário do Rio de Janeiro. Depois desses primeiros jornais, houve um espaço de aproximadamente 50 anos até que surgissem novos, e um dos únicos jornais dessa primeira época ainda em circulação hoje é o Diário de Pernambuco.

Entre 1875 e 1891 foram fundados muitos jornais que se tornariam grandes, como O Estado de São Paulo, Jornal do Brasil e Gazeta de Notícias. Uma terceira leva de novos jornais começou a partir de 1925, com a fundação de jornais como Folha de São Paulo, O Globo e Estado de Minas.

Uma das primeiras revistas jornalísticas brasileiras abrangendo política, no formato como conhecemos hoje, foi O Cruzeiro, fundada às vésperas do golpe de 1930, sendo publicada até 1975.

O Cruzeiro, uma revista considerada de valores conservadores, seguiu hegemônica até que a revista Manchete dominasse o mercado, com colaboradores como Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Manuel Bandeira, Fernando Sabino e Nelson Rodrigues, entre outros. A Manchete deixou de ter publicação periódica em 2000.

Das grandes revistas ainda em circulação no Brasil, a Veja e a IstoÉ (ambas de valores conservadores, tendenciosamente de direita) começaram a ser publicadas durante a ditadura militar.

A primeira revista de valores progressistas, dita de esquerda, a ter grande difusão no Brasil é a Carta Capital, que foi fundada somente em 1994. A partir de então surgiram outras revistas, tanto as ditas de direita, Época, quanto as ditas de esquerda, Caros Amigos. Porém antes disso as publicações que difundiam notícias de oposição aos governos conservadores ou ideias à esquerda eram perseguidas.

A primeira emissora de rádio no Brasil foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 1923. Em 1936 foi criada a emissora Rádio Nacional e em 1940 foi transformada na rádio oficial do Governo brasileiro.

A chamada Era do Rádio no Brasil teve seu auge nos anos 40 e 50 e terminou quando a televisão chegou ao Brasil. Durante 20 anos o brasileiro teve o

rádio como sua principal fonte de informação e deleite, com musicais, novelas, programas de humor, seriados de aventuras, e transmissões esportivas. Nessa época o rádio jornalismo brasileiro se limitava a ler no ar as notícias dos jornais impressos. Havia também o Repórter Esso (versão brasileira do noticiário da empresa petrolífera norte-americana), programa criado para fazer a propaganda das guerras americanas ao povo brasileiro e que se tornou voz dos líderes da ditadura militar no Brasil.

A Rádio Mayrink Veiga, fundada em 1926 e líder da Era do Rádio até o crescimento da Rádio Nacional, e foi fechada pela ditadura militar em 1965 por ter participado da Cadeia da Legalidade (que foi um movimento organizado por Brizola, após a renúncia de Jânio Quadros, para garantir a posse do vice Jango e defender a democracia contra o autoritarismo conservador dos militares).

A televisão no Brasil começou em 1950, com a TV Tupi, de Assis Chateaubriand, que criou e dirigiu a maior cadeia de imprensa do país, os Diários Associados, com 34 jornais, 36 emissoras de rádio, 18 estações de televisão, uma agência de notícias e a revista semanal O Cruzeiro, dentre outras empresas. Chateaubriand foi jornalista, empresário, político, advogado e escritor. Foi Senador da República entre 1952 e 1957. Já foi chamado de “Cidadão Kane brasileiro” e acusado de falta de ética por supostamente chantagear e insultar com mentiras; seu império teria sido construído com base em interesses e compromissos políticos, incluindo uma proximidade tumultuada, porém rentável com o presidente Getúlio Vargas.

Depois de Chateaubriand apareceu outro jornalista e empresário brasileiro que iria montar um império jornalístico, ainda mais poderoso: Roberto Marinho. O mesmo herdou do pai o jornal O Globo em 1925. Aproximou-se de Getúlio Vargas com o golpe que iniciou o Estado Novo, inaugurando um convívio que teria com todos os presidentes da República pelos anos seguintes por quase todo o século XX, até o final dos 90, quando finalmente dividiu o poder com os filhos.

Marinho foi contra a criação da Petrobras. Em 1962 assinou um contrato de colaboração entre a Globo e o grupo norte-americano *Time-Life*. O acordo parecia ir contra a lei brasileira, na medida em que dava a uma empresa estrangeira interesses em uma empresa nacional de comunicações. Mas o acordo deu vantagens a Marinho da ordem de seis milhões de dólares, enquanto que a melhor emissora do grupo Tupi tinha sido montada com trezentos mil dólares. Fez oposição

rígida a João Goulart e apoiou o golpe e a ditadura militar; assim Marinho pôde expandir ainda mais seu conglomerado durante o regime autoritário, com a inauguração da TV Globo em 1965, que se tornou o principal canal de televisão do Brasil e um dos maiores do mundo.

Vinte anos depois, embora tenha ignorado inicialmente o movimento popular das Diretas-Já, acabou apoiando Tancredo Neves e José Sarney. Na eleição presidencial de 1989 Marinho apoiou Fernando Collor de Mello e em 1994 e 1998, Fernando Henrique Cardoso.

Grandes emissoras como TV Tupi e TV Excelsior faliram cheias de dívidas. A TV Record, que era uma das maiores nos anos 60, entrou em decadência nos anos 80 e foi vendida ao pastor evangélico Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus.

Na década de 60 os aparelhos de TV se difundiram e nos anos 70 chegou a TV em cores. Nos anos 80 e 90 o poder de influência da televisão sobre a população brasileira já era considerada enorme.

Por fim, o surgimento e o crescimento dos veículos de imprensa brasileiros coincidem com mudanças importantes na ordem do poder político, desde o início da imprensa em nosso país e por todo o século XX. Eis que na segunda metade dos anos 90 a internet chega de vez no Brasil. E desde então, como dito anteriormente, a internet só vem se difundindo cada vez mais.

2.5 A INSERÇÃO DAS NOVAS MÍDIAS NO CENÁRIO INTERNACIONAL: A COMUNICAÇÃO DE MASSA NA ERA DA INFORMAÇÃO EM REDE

A análise da mídia junto ao cenário internacional permite a identificação de apenas uma de suas faces, tendo em vista que aponta para teorias, classificações e afirmações baseadas em expressões tecnológicas clássicas, ou seja, representam a chamada mídia tradicional: rádio, TV e jornal. Portanto, os meios não são tradicionais porque são jornais impressos, televisões, rádios ou meios digitais, mas, sim, por seus valores e pelo jornalismo que praticam, independentemente do meio em que são difundidos (ORDUÑA; ALONSO; ANTÚNEZ; ORIHUELA; VARELA, 2007. p. 67).

Manuel Castells (2007) ressalta que existe uma tendência atual de organização das mais diversas funções e processos de se organizar em torno de

redes. Dessa forma, para o autor, as redes se constituem em uma “nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura”. Em face disso, o autor afirma que “o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos de poder”. Além disso, explica que uma rede é “um conjunto de nós interconectados” sendo que representa cada um desses dependerá do tipo de rede que se está falando, dando como exemplo os sistemas de televisão e suas equipes de cobertura jornalística que transmitem e recebem sinais “na rede global da nova mídia no âmago da expressão cultural e da opinião pública, na era da informação”.

Em síntese, o autor explica que as redes “são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação”. Dessa forma, “as conexões que ligam as redes (por exemplo, fluxos financeiros assumindo o controle de impérios de mídia que influenciam os processos políticos) representam os instrumentos privilegiados do poder. Assim, os conectados são os detentores do poder”. (CASTELLS, 2007, p.565-567).

Ocorre que a mídia passa por um profundo processo de transformação. Isso, todavia, não significa dizer que os meios de comunicação tradicionais estejam inutilizáveis, ou totalmente ultrapassado. A constatação desse processo de mudança, porém, faz com que seja necessário investigar o impacto do fenômeno da emergência de novas mídias e sua combinação com as mídias clássicas e, especialmente, como esse processo influi na sua identificação enquanto ator das Relações Internacionais. Conforme destaca Manuel Castells, é que “a comunicação mediada pela Internet é um fenômeno social recente demais para que a pesquisa acadêmica tenha tido a oportunidade de chegar a conclusões sólidas sobre seu significado social”.

As novas mídias podem assim ser apelidadas, pois são mídia por serem mediadores da comunicação e introduzirem novidade porque incorporam novas dimensões tecnológicas, combinam em uma mesma plataforma tecnológica dimensões de comunicação interpessoal e meios de comunicação de massa, porque são indutores de mudança organizacional e de novas formas de gestão do tempo, porque procuram a síntese da retórica textual e visual, promovendo novas audiências e ferramentas de reconstrução social (CARDOSO, 2007. p. 111).

Assim, é importante destacar que as atuais mudanças da mídia fazem parte de um processo de transformação em suas tecnologias. A primeira grande transformação ocorreu no século 19, com a introdução da imprensa de Gutenberg e as impressoras a vapor, bem como, com a utilização do papel jornal de baixo custo. Como resultado, emergiu, verdadeiramente, a primeira mídia de massa representada pelos “jornais baratos e as editoras de livros e revistas em grande escala”. A segunda transformação se deu com o surgimento do rádio em 1920 e da televisão em 1939, sobre os quais já foram realizados diversos estudos nas mais diversas áreas, conforme já salientado anteriormente. Contudo, é na terceira fase que se percebe a mudança mais drástica na forma como se realizam as comunicações e na forma como é produzida, armazenada e distribuída a informação mediante emprego das redes de computadores (CASTELLS, 2007, p. 442).

Isso se justifica também pelo fato de que a Internet “[...] tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história”, sendo que, por exemplo, enquanto nos Estados Unidos, “o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível de difusão em 15 anos; e a Internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial” (CASTELLS, 2007, p. 439). Portanto, é dentro desse contexto que se passa a analisar o papel da mídia, reiterada pelas tecnologias emergentes, e como tais instrumentos aceleram sua interação junto aos demais atores das Relações Internacionais.

Nesse sentido, destaca Wilson Dizard Jr, que a mídia tradicional, assim como a mídia contemporânea, propicia acesso à informação e entretenimento de forma adequada, todavia, as duas mídias se diferem em alguns pontos. No caso da nova mídia há uma expansão diária nos recursos e opções disponíveis, enquanto que a mídia tradicional pouco consegue inovar. Além disso, deve-se frisar que já se encontra totalmente ultrapassada a concepção de que os usuários da mídia são seres homogêneos e passivos, facilmente manipuláveis. Atualmente, há uma grande possibilidade de exercício de um poder de resistência por parte da população, especialmente daquela que possui acesso à Internet, pois é nessa rede que se exerce uma fantástica troca de informação sobre os mais diversos assuntos graças a novos recursos que surgem constantemente. Muitos desses recursos, conforme será visto à frente, somente ganharam expressão em função da expressiva participação

dos usuários da Internet, que disponibilizam a informação para outras pessoas por meio de textos, vídeos, imagens, etc.

Ao se partir para uma análise sobre as novas mídias, primeiramente é preciso identificar claramente o que se entende por tal expressão. Para tanto, a melhor alternativa encontrada foi procurar por uma resposta junto à própria rede. De acordo com buscas em algumas plataformas, as “novas mídias” encontram-se definidas como sendo a “soma de novas tecnologias e métodos de comunicação para se diferenciar dos canais de comunicação tradicionais [...] podendo ser entendido como um novo canal de distribuição de conteúdo ou como um novo canal de comunicação”, tendo como principal exemplo a própria Internet.

Porém, primeiramente vale lembrar que a internet nasceu em 1969, nos Estados Unidos. Seu nome original era ARPA (*Advanced Research Projects Agency*). Criada na época da Guerra Fria, a ARPA era uma rede do departamento de defesa norte-americano que tinha por função interligar centros de pesquisas. A internet foi concebida como uma rede sem um ponto de comando central único e essa construção permite que ela continue ativa mesmo em caso de suspensão nas comunicações de alguns de seus centros. Todos os pontos da rede têm o mesmo poder de comunicação. [...] A WWW (*World Wide Web*), nascida em 1991, corresponde à parte da Internet construída a partir de princípios do hipertexto. A WWW foi desenvolvida por Tim Berners-Lee, que trabalhava para o CERN, um laboratório de pesquisas europeu sediado na Suíça. A Web baseia-se numa interface gráfica e permite o acesso a dados diversos (textos, músicas, sons, animações, filmes, etc.) através de um simples “clique” do mouse. Devido à facilidade que sua interface oferece, a Web vem crescendo de uma forma vertiginosa. Antes da WWW, era necessário conhecer comandos UNIX para ‘acessar’ a Internet” (LEÃO, 2001. p. 22-23).

Dessa forma, percebe-se que a Internet se consolida como uma nova mídia sem precedentes, ao associar os elementos mais atrativos presentes nos demais meios. Assim, a Internet consegue se utilizar da velocidade na transmissão da notícia que o rádio apresenta, do entretenimento e das imagens atraentes com diversos recursos visuais que a TV oferece, tudo isso associado a novas técnicas de vídeo e animação, criadas especialmente para o mundo virtual.

Além disso, a Internet permite uma experiência ímpar de aproximar emissor e receptor, algo que somente ocorria em uma comunicação interpessoal, jamais

mediante utilização de um meio de comunicação de massa. Atualmente, a interação praticamente não possui limites. Vídeos, fotos e textos são compartilhados, comentados, criticados em uma vasta rede que interconecta diversos usuários da Internet localizados nos mais diversos lugares do planeta.

Essa nova forma de produção da informação desafia não somente a forma de se fazer jornalismo, mas todas as demais atividades da vida cotidiana, inclusive em âmbito político, tendo em vista que, “[...] ao contrário da televisão, os consumidores da Internet também são produtores, pois fornecem conteúdo e dão forma à teia. Assim, o momento de chegada tão desigual das sociedades à constelação da Internet terá consequências duradouras no futuro padrão da comunicação e da cultura mundiais” (CASTELLS, 2007. p. 439).

Com isso, nos próximos tópicos serão discutidos alguns desses avanços e como eles podem influenciar certos aspectos das relações internacionais contemporâneas de forma muito mais significativa ou potencialmente promissora do que os tradicionais meios de comunicação.

2.6 A MÍDIA NA SOCIEDADE EM REDE E AS NOVAS DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO GLOBAL

A forma como a comunicação de massa se desempenha atualmente difere cada vez mais daqueles modelos analisados pelos teóricos do início e metade do século passado, que produziram os primeiros estudos sobre a influência da mídia junto ao público. Vive-se em um momento de profundas e rápidas transformações no modo de se comunicar e se informar. Nota-se, com isso, que os meios de comunicação de massa acabam sendo “transformados pelas novas formas de coletar, armazenar e transmitir informação” (DIZARD JR., 2000. p. 24).

Antes, é importante ter em mente, de acordo com Wilson Dizard (2000) que a comunicação de massa tem sido definida tradicionalmente como produção, reprodução e múltipla distribuição industrializadas de mensagens através de dispositivos tecnológicos. O enfoque tem sido sobre produtos de informação produzidos em uns poucos locais centralizados e distribuídos para grandes grupos de consumidores através de canais unidirecionais separados. As novas tecnologias mudam isso.

Conforme lembra Armand Mattelart, “as redes de comunicação em tempo real estão configurando o modo de organização do planeta”. Com isso, nota-se que as novas tecnologias da informação também proporcionam uma alteração significativa na forma como ocorre a produção, distribuição e consumo das informações (MATTELART, 1998. p. 7).

Castells, contudo, alerta que “embora os meios de comunicação realmente tenham se interconectado em todo o globo, e os programas e mensagens circulem na rede global, não estamos vivendo em uma aldeia global, mas em domicílios sob medida, globalmente produzidos e localmente distribuídos”.

Nesse sentido, destaca Wilson Dizard Jr. que “[...] a nova mídia não é apenas uma extensão linear da antiga. A mídia clássica e a nova mídia oferecem recursos de informação e entretenimento para grandes públicos, de maneira conveniente e a preços competitivos”. Dessa forma, o autor afirma que a diferença em relação à nova mídia é que ela proporciona uma pluralidade de novos recursos aos consumidores graças à Internet, resultando em uma “conexão interativa entre o consumidor e o provedor de informação”.

Com isso, rompe-se com a tradicional comunicação unidirecional, característica da comunicação de massa, emergindo a possibilidade de uma interação plural que propicia uma diversidade de diálogos junto ao espaço público virtual que, devido aos novos recursos existentes, como os blogs e outras novas plataformas, favorece o surgimento de uma mídia alternativa. Esse episódio, portando, causa alterações consideráveis na mídia impressa, bem como o fechamento de jornais e diminuição na sua circulação.

Contudo, vale lembrar que a mudança na mídia tradicional já vem ocorrendo há décadas. O diferencial desse período de transição é que o ritmo das alterações está mais acelerado em face das pressões que a Internet impõe à mídia tradicional. As redes de computadores e outras tecnologias de ponta “[...] deixaram de ser fenômenos periféricos; são a força dominante que está remodelando o futuro das indústrias de mídia” (DIZARD JR., 2000, p. 254).

Nota-se, também, ainda de acordo com Dizard, que as alterações não se restringem somente aos meios de comunicação, pois a forma e direção da sociedade contemporânea e tudo aquilo que se julga importante no processo de tomada de decisões diárias por parte da população também é afetado por tais mudanças.

Conforme refere Manuel Castells, as alterações no meio virtual das redes geram transformações nas relações de poder. Dessa forma, o poder da informação confere aqueles que detêm as conexões da rede a possibilidade de influenciar os processos políticos e todas as demais interações sociais contemporâneas. Para ele, “como a informação e a comunicação circulam basicamente pelo sistema de mídia diversificado, porém abrangente, a prática da política é crescente no espaço da mídia”.

Além disso, o autor destaca que nesse espaço virtual das redes, a liderança política pode ser personalizada diante da formação de imagens que geram poder. Todavia, ressalta, ainda, que nem toda política pode vir a ser reduzida a meros efeitos de mídia. Isso porque, independentemente de quais sejam “os atores políticos e suas preferências, eles existem no jogo do poder praticado através da mídia e por ela, nos vários e cada vez mais diversos sistemas de mídia que incluem as redes de comunicação mediada por computadores”.

Diante de tais constatações, pode-se confirmar o argumento de que as novas mídias geram uma necessidade de alteração na forma de se fazer política. A remodelagem da política para se adequar à linguagem da nova mídia traz profundas alterações e consequências para os atores e instituições políticas, e isso merece a atenção por parte dos estudiosos desses fenômenos e, em especial, daqueles que se referem às relações internacionais.

2.7 A INTERAÇÃO POR MEIO DAS REDES SOCIAIS E A CONTRIBUIÇÃO NA DISCUSSÃO DE POLÍTICA E TEMAS GLOBAIS

As redes sociais são definidas como redes de comunicação em que há existência de pelo menos dois elementos: os atores, que podem ser pessoas, instituições ou determinados grupos, e as conexões ou interações sociais desenvolvidas dentro dessa rede. Dessa forma, uma rede é “uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (RECUERO, 2009, p. 24).

Além disso, outra peculiaridade das redes é que sua abordagem se encontra focalizada na própria estrutura social, razão pela qual não se mostra possível analisar isoladamente os atores sociais sem identificar as conexões estabelecidas entre eles. Os atores, portanto, formam um elemento essencial das redes sociais

tendo em vista que são as pessoas efetivamente envolvidas na rede, pois se constituem como parte intrínseca desse sistema, atuando “de forma a amoldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais” (RECUERO, 2009, p. 25).

Quando se trabalha com as redes sociais através da Internet, no entanto, os atores são constituídos de maneira um pouco diferenciada. Devido o distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada pelos computadores, os atores não são imediatamente discerníveis. Por essa razão, Raquel Recuero afirma que as ferramentas como blogs e *Twitter*, por exemplo, podem não representar inicialmente, por si só, um ator social, mas sim, uma representação desses atores, tendo em vista que são espaços que, apesar de propiciarem interação, são considerados como “lugares de fala construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade”.

Cada uma dessas diversas redes apresenta finalidades específicas e, em alguns casos, muito próximas entre si. Ao analisá-las a partir das relações internacionais ou sob um enfoque político, por exemplo, percebe-se que os diversos atores políticos nacionais e internacionais já se encontram presentes nessas redes por considerarem tal participação como algo imprescindível para poder interagir com o a opinião pública. Cada vez mais políticos e instituições governamentais passaram a participar dessas redes sociais e a dialogar com um público vasto e que busca se informar com muito mais ênfase por meio daquilo que circula na rede do que, em muitos casos, por aquilo que circula pela mídia tradicional.

Diante disso, surge o desafio que emerge ao se estudar as redes sociais, que é o de descobrir qual o impacto que as redes sociais podem causar, principalmente para o jornalismo. Inclusive, isso já tem sido o foco de intensos debates, tanto que em 22 de setembro de 2009, para citar apenas como exemplo, foi realizado em Londres, o *Oxford Social Media Convention*, que reuniu representantes de institutos acadêmicos, de organizações de notícias e empresas de Internet. Segundo Richard Sambrook, diretor da divisão de notícias internacionais da BBC, “[...] o impacto das mídias sociais no jornalismo é superestimado em curto prazo e subestimado a longo”. Ou seja, apesar de a mídia tradicional ter passado a usar as redes sociais, pode-se concluir que ainda pouco se discute sobre os efeitos que essas ferramentas terão em longo prazo.

Outros aspectos dessa relação foram lembrados durante o evento, especialmente, em relação ao papel que o jornalismo participativo vem alcançando, motivo pelo qual também precisa ser levado em consideração pela mídia tradicional. Um dos pontos de consenso a que se chegou durante a Convenção, foi o de que é preciso deixar claro que existe uma imensa diferença entre informação e notícia. Portanto, apesar de a Internet propiciar um grande leque de informações, para os estudiosos presentes no encontro, é somente por meio do jornalismo, mediante uma análise disciplinada e precisa do contexto em que o fato ocorreu, é que a informação se transforma verdadeiramente em notícia.

Uma das novas formas de interação e manifestação política que emergiu nos últimos anos junto à Internet, como exemplo, é o *Twitter*. Com a pergunta inicial “O que está acontecendo?” (*What’s happening?*), as mensagens publicadas no *Twitter* são geralmente respostas curtas às questões de outros usuários ou links para os textos opinativos de blogs pessoais.

Quando o *Twitter* foi criado em 2006 a pergunta inicial era “O que você está fazendo” (“What’s happening?”), porém, desde o final de novembro de 2009, a pergunta foi alterada. A justificativa é a de que o *Twitter* passou a ser utilizado como meio de informação para divulgar produtos, marcas e notícias. “Diante desse novo cenário, o slogan anterior perdeu sentido. “O *Twitter* agora é um meio para que se saiba, em tempo real, o que está acontecendo”.

O *Twitter* é considerado como um *microblog*, tendo em vista que as mensagens não podem ultrapassar 140 caracteres. Apesar dessa limitação, ele vem sendo adotado como uma nova forma de interação na rede por “grandes grupos de comunicação como BBC, *Los Angeles Times*, *The New York Times*, IG, CNN, *The Guardian* e por uma infinidade de internautas”. Uma das justificativas a essa ampla aceitação do *Twitter* é que ele permite o envio de textos através do celular ou de programas de mensagens instantâneas (ESCOBAR; In: AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009. p. 269).

Juliana Escobar, em trabalho que analisa os blogs como nova categoria de web jornalismo, refere que enquanto os atentados de 11 de setembro e a Guerra do Iraque “potencializaram os blogs”, as eleições americanas de 2008 fizeram “explodir a audiência dos *microblogs*”, razão pela qual vêm sendo tratados como uma importante ferramenta jornalística. A autora explica, ainda, que devido à possibilidade de indicação de *links* e envio de mensagens curtas, o *Twitter* permite, e

ao mesmo tempo exige, atualizações contínuas de forma a prender a atenção do internauta, especialmente para situações que requerem “reportagens de maior fôlego e contextualizadas que serão exploradas nas edições *online* ou impressas”.

Por essa razão, a autora ainda explica que “essas pequenas ‘pílulas’ de notícias curtas vão construindo um nó de informações que pode desencadear na expectativa para a leitura das matérias jornalísticas mais aprofundadas sobre o tema em foco do dia”. Essa funcionalidade, provavelmente, é o que justifica a sua rápida adoção pelos principais jornais *online* do mundo, que “perceberam que surgia um novo fenômeno na Internet com características apropriadas para “chamadas” de suas notícias principais”.

Segundo o jornalista Victor Barone, o *Twitter* “tem se configurado como uma importante ferramenta de interação e de manifestação política”. Uma demonstração disso já pôde ser vista em alguns fatos políticos nacionais e internacionais cuja influência desse novo mecanismo foi relevante. O jornalista refere ainda que é cada vez mais evidente a utilização crescente do *Twitter* pelos mais diversos grupos sociais como instrumento de divulgação de ideias e arena de debates.

No Irã, por exemplo, em junho de 2009, por meio do *Twitter* os opositores do presidente Mahmoud Ahmadinejad conseguiram driblar a censura em vigor no país e levar ao mundo inteiro as imagens da repressão. Porém, uma das imagens mais chocantes dessa situação política foi a morte da jovem Neda durante os protestos por uma nova eleição no Irã. Sua morte causou um impacto na opinião pública mundial, vindo a se transformar num ícone do movimento chamado de “revolução verde” em alusão à cor do candidato derrotado nas eleições. Sua morte foi acompanhada, quase que instantaneamente, por milhares de pessoas em todo o mundo, através das redes de relacionamento, como *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, entre outros.

O assunto ganhou destaque na mídia internacional e, no Brasil, foi objeto de diversas reportagens nos mais diversos meios. Uma dessas reportagens foi realizada pelo programa Sem Fronteiras, exibido pela rede de TV à cabo Globo News. Além de analisar os dilemas políticos no Irã, o programa também questionou a capacidade que as novas tecnologias possuem, tendo em vista que conseguiram driblar a censura do governo iraniano fazendo, ainda, com que se reflita sobre o papel que as novas mídias possuem ao aumentar a consciência sobre certos acontecimentos.

Um exemplo do papel das novas mídias aplicado a essa reportagem é que a mesma, após ter sido exibida na TV em 2009, foi disponibilizada na Internet, através do *YouTube*. Trata-se de um site que permite a criação de canais específicos sobre certos assuntos e que disponibiliza vídeos enviados por seus usuários. Muitos desses vídeos são de difícil acesso, como vídeos históricos, transmitidos há muitos anos, por exemplo, sendo muito comum encontrar vídeos que foram transformados do formato VHS para vídeo digital, o que, de certa forma, contribui para uma preservação da memória de certos acontecimentos. Por outro lado, outros vídeos são produções dos próprios usuários e não servem tão somente como entretenimento, que é uma das funções que a plataforma possui.

Contudo, para o caso específico das eleições do Irã e da forma como a Globo News abordou o assunto, constata-se que o *YouTube* surge como um instrumento muito importante na divulgação de informações e notícias na rede. Essa afirmação se deve ao fato de que o *YouTube* permite que seja dada visibilidade para certas notícias que foram veiculadas inicialmente na TV e, com isso, permite a sua perpetuidade na rede e um maior alcance do público que, tendo em vista que os conteúdos podem ser acessados a qualquer momento e em qualquer lugar, na medida em que interessa por compreender mais profundamente um determinado assunto, poderá encontrá-lo no formato de vídeo. Além disso, há uma interação muito grande entre as redes sociais *Twitter* e *YouTube*, pois muitas das mensagens que circulam pelo sistema do *Twitter* são indicações de links para vídeos armazenados no *YouTube*.

A prática política no Brasil também tem se utilizado dessa funcionalidade propiciada por essa nova mídia. Segundo dados do IAB, o aumento da participação dos brasileiros nas redes sociais é um fato: 86% das pessoas que acessam Internet acessam redes sociais. Em face disso, Victor Barone afirma que no Brasil já são inúmeros os vereadores, deputados estaduais e federais, senadores e governadores que se utilizam do *Twitter* e confirma que é e será uma prática ainda maior.

O problema da utilização das redes sociais na política brasileira, conforme destaca Barone, é que uma grande maioria dos políticos brasileiros ainda não entendeu exatamente “a vocação e o potencial das mídias sociais, mas os que compreenderem os seus meandros poderão obter vantagens ao estreitarem de forma transparente as suas relações com a população”.

De acordo com Adriano Codato, cientista político e professor da UFPR, as mensagens triviais publicadas pelos políticos são maneiras de seguir o protocolo da rede. “Não dá para usar o método de divulgação da rádio na televisão, assim como não se pode copiar o que passa na TV para a Internet”, explica. A proximidade entre leitor e político gera um grande número de mensagens, *retweets* (respostas ou repetições de informação) e infinitos focos de discussão, o que não é tão fácil de ser obtido fora da *web*.

Em conclusão, percebe-se que o *Twitter* permite uma renovação nas discussões sobre o papel da mídia e da propaganda política, porém com um detalhe: as novas mídias exigem uma interação mais efetiva. Ou seja, os usuários das redes sociais esperam que ocorram trocas de ideias e não somente a utilização como propaganda unilateral. Trata-se, portanto, de uma inegável “arma política” em que o tempo dirá para onde exatamente ela estará apontada. Muitos políticos certamente a apontarão aos seus próprios pés, por total incapacidade de se atualizar às exigências da atualidade.

3 POLÍTICA EXTERNA BRASILEIRA: A MÍDIA COMO ATOR

Quando a política externa segue a lógica de ser apenas uma política de Estado, assumindo uma interpretação mais ortodoxa do texto constitucional, ela corrobora por fortalecer o insulamento burocrático do Ministério das Relações Exteriores (MRE).

Todavia, quando a política externa é tratada como política pública, permite abrir portas, realizar diálogos, promover debates. Na perspectiva de Marchetti (2014) durante os governos Lula (2003-2010), se buscou modificar a atitude da política externa brasileira de modo a torná-la mais ativa e ativa. O sentido da palavra ativa retrata a não submissão aos ditames de outras potências, por mais que sejam mais poderosas que a nação brasileira, ou seja, o Brasil apresenta plena capacidade de defender seus objetivos e lutar pelos mesmos.

Resumidamente, a diplomacia ativa e ativa contrapunha qualquer visão que trouxesse um entendimento excessivamente domesticado e auto domesticável na política externa, ou seja, tomar decisões independentes. Como também tomar iniciativas nas agendas que estão ditadas, buscando modificá-las quando necessário e preciso, mas também criar novas agendas.

Autores como Putnam (2011); Milani e Pinheiro (2013); compreendem uma nova configuração na política externa brasileira a partir de parâmetros que possam trazer novos atores para a formulação da política externa, buscando mecanismos de maior participação e interação. Assim sendo, é necessário fazer com que a política externa deixe de ser apresentada como uma área isolada das demais, mas perceber que fatos domésticos influenciam e refletem na forma de conduzir uma determinada nação. Isto é, desvincular a política externa dos fins de teoria realista ou neorrealista.

Os realistas veem os Estados como unidades dentro do sistema internacional, de acordo com alguns autores como uma “caixa-preta”, um ator unitário e racional, que age de forma homogênea de acordo com o interesse nacional. Como João Pontes Nogueira e Nizar Messari (2005) resumem, o Estado, no paradigma realista, tem a função de “manter a paz dentro das suas fronteiras e a segurança dos seus

cidadãos em relação a agressões externas” (NOGUEIRA; MESSARI, 2005, p. 24). O monopólio do uso legítimo da força só existe no plano doméstico. No plano externo, não há autoridade suprema, prevalece uma anarquia. Dentro do sistema internacional anárquico, o principal interesse nacional seria, fundamentalmente, a preservação da soberania, de sua sobrevivência e da permanência como ator nas relações internacionais. Sob esse pressuposto, o interesse nacional é visto como o interesse do Estado. Portanto, poderia afirmar um hipotético consenso existente sobre os objetivos externos de cada país.

As premissas básicas do realismo são a centralidade do Estado, o uso do poder para garantir a própria soberania, ou seja, nenhum Estado pode contar com outro para defender os seus interesses, só pode contar com as próprias capacidades, e a anarquia, a inexistência de uma autoridade central ou de uma hierarquia no sistema internacional. O Estado é um ator e uma unidade de análise.

O realismo nas Relações Internacionais foi formalmente definido pela primeira vez por Eward Hallet Carr, em seu livro *Vinte anos de crise – 1919- 1939*. Logo após a Segunda Grande Guerra, em 1946, ele fez uma oposição entre dois grupos de pensadores que teriam como objetivo comum evitar um novo conflito mundial: idealistas e realistas. Os primeiros pregariam a doutrina da harmonia de interesses e discutiriam o mundo como deveria ser, de forma utópica e ingênua; enquanto os segundos estudavam o mundo como ele é, olhavam para as causalidades do passado e falavam na defesa de interesses nacionais (e não mundiais como os utópicos), que poderiam ser divergentes entre os Estados. Os realistas, de acordo com o livro de Carr, foram cientistas políticos que reagiram ao pensamento utópico:

O impacto do raciocínio sobre o desejo, que, no desenvolvimento de uma ciência, segue-se ao colapso de seus primeiros projetos visionários, e marca o fim de seu período especificamente utópico, é normalmente chamado de realismo. Representando uma reação contra os sonhos volitivos do estágio inicial, o realismo é sujeito a assumir um aspecto crítico e, de certo modo, cínico. No campo do pensamento, coloca sua ênfase na aceitação dos fatos e na análise de suas causas e consequências. Tende a depreciar o papel do objetivo, e a sustentar, explícita ou implicitamente, que a função do pensamento é estudar a sequência dos eventos que ele não tem o poder de influenciar ou alterar. No campo da ação, o realismo tende a enfatizar o poder irresistível de forças existentes e o caráter inevitável das tendências existentes, e a insistir em que a mais alta sabedoria reside em aceitar essas forças e tendências, e adaptar-se a elas. Tal atitude, embora defendida em nome do pensamento “objetivo”, pode provavelmente ser levada a um extremo em que resulte a esterilização do pensamento e a negação da ação (CARR, 1981, p. 22).

Carr desmistifica a existência de uma harmonia de interesses. De acordo com o autor, o suposto interesse nacional nasce de uma classe dominante que define, a partir de seus objetivos, o interesse do Estado: “A doutrina da harmonia de interesses sucumbe sem dificuldade à análise nos termos deste princípio. Ela é o pressuposto natural de uma classe próspera e privilegiada, cujos membros têm voz dominante na comunidade e são, portanto, propensos a identificar os interesses dela com os seus próprios” (Ibid., p. 82).

Hans Morgenthau (2003) foi o primeiro a estabelecer e organizar as premissas centrais do realismo nas Relações Internacionais, com a publicação da primeira edição de seu livro *A política entre as nações: a luta pelo poder e pela paz*, em 1948. Ele segue a tradição realista ocidental, iniciada com o historiador grego Tucídides e reforçada pelo diplomata italiano Nicolau Maquiavel. Este separa a moral da política e institui a sobrevivência do Estado como o maior objetivo do governante (o príncipe), que deve fazer de tudo para manter o seu poder: “*Como não há tribunal onde reclamar das ações de todos os homens, e principalmente dos príncipes, o que conta por fim são os resultados. Cuide pois o príncipe de vencer e manter o estado: os meios serão sempre julgados honrosos e louvados por todos*” (MACHIAVELLI, 1996, p. 85).

Para Morgenthau, o Estado define o interesse nacional, cujo princípio básico, dentro da anarquia do sistema internacional, é sobreviver. O poder é central em sua teoria: “Sejam quais forem os fins da política internacional, o poder constitui sempre o objetivo imediato” (MORGENTHAU, 2003, p. 49). Há, entre as nações, uma luta constante pelo poder, que se divide em três fenômenos políticos: a manutenção do *status quo* (manter o poder existente), a expansão do poder (imperialismo) e a demonstração (política de prestígio). Morgenthau, como um realista, dá pouco valor, em sua teoria, as mudanças domésticas nas sucessões governamentais e as preferências pessoais dos líderes, deixando a política externa em uma esfera autônoma de ação:

O conceito de interesse definido como poder impõe ao observador uma disciplina intelectual e introduz uma ordem racional no campo da política, tornando possível desse modo, o entendimento teórico da política. No que diz respeito ao ator, contribui com a disciplina racional em ação e cria essa assombrosa continuidade em matéria de política externa, que faz com que a política exterior americana, britânica ou russa se nos apresente como algo sujeito a uma evolução contínua, inteligível e racional, em geral coerente consigo própria, a despeito das distintas motivações e preferências e das qualidades morais dos políticos que se sucederam. Uma teoria realista da política internacional evitará, portanto, duas falácias populares: a

preocupação com motivos e a preocupação com preferências ideológicas (Ibid., p. 7).

A partir dos anos 1970, o modelo de Estado como principal ator das Relações Internacionais, sofreu fortes críticas no campo acadêmico pelas correntes pluralistas – o que abriu espaço para novos agentes na disciplina, como empresas multinacionais e movimentos transnacionais. A principal resposta ao pluralismo dessa década foi o neorrealismo que tem como seu maior expoente Kenneth Waltz. O autor trouxe o Estado para o centro do debate como a principal unidade de interação no sistema internacional. Porém, Waltz simplifica a análise ao sistema, que ele chama de “estrutura”. Ele escreveu *Theory of International Politics*, em 1979, e defendeu como a teoria preponderante nas Relações Internacionais o realismo, que deveria ser mais científico, parcimonioso, eficiente e elegante (WALTZ, 1979, p. 69).

O único nível de estudo então, para Waltz, deveria ser o sistema internacional, pois o estudo da unidade estatal seria limitado e reducionista: “*Theories of international politics that concentrate causes at individual or national level are reductionist*” (Ibid., p. 18). No seu modo de ver, uma teoria reducionista se concentra na explicação de parte do problema: “*A reductionist theory is a theory about the behaviour of the parts. Once the theory that explain the behaviour of the parts is fashioned, no further effort is required*” (Ibid., p. 60). Para o cientista político, o Estado é constrangido pela estrutura, que limita e orienta as ações dos agentes.

Para Waltz, ainda, por mais que os Estados tenham características distintas, todos exercem atividades semelhantes. A diferença entre as unidades está na distribuição de capacidades, a distribuição de poder dentro do sistema internacional (WALTZ, 1979, p. 99).

O neorrealismo de Kenneth Waltz prevaleceu durante toda a década de 1980, nas Relações Internacionais. Apesar dos seus argumentos elegantes e estruturais, a disciplina foi considerada empobrecida, porque perdeu a riqueza do estudo dos processos domésticos para a formulação da política externa pelas unidades estatais. Com o fim do conflito ideológico entre União Soviética e Estados Unidos, a teoria de Waltz, que considerava o mundo bipolar mais estável, se tornou inadequada pós-Guerra Fria.

O cientista político Alexander George (1993) fez uma crítica contundente ao trabalho de Kenneth Waltz, ao compará-lo com o de Hans Morgenthau. O neorrealismo não seria uma teoria inovadora, mas sim uma versão mais pobre do

realismo clássico, que era mais compreensível e mais ambicioso. Waltz teria retirado pressupostos mais questionáveis e contraditórios das ideias de Morgenthau com o intuito de aumentar a capacidade de previsão de sua teoria para chamá-la de científica. George escreve que a teoria de Morgenthau tinha como objetivo guiar os líderes na arte de governar, ou seja, era política, e Waltz, ao reduzir seu trabalho, conseguiu apenas produzir previsões gerais sem bases empíricas (GEORGE, 1993, p. 109).

Mesmo antes do fim da bipolaridade mundial, os liberais chamavam a atenção para a incapacidade do realismo de explicar fenômenos das relações internacionais, como a existência da cooperação entre Estados, apesar da anarquia e da preocupação fundamental com a sobrevivência. Robert Axelrod e Robert Keohane (1985) fizeram uma defesa de que o mundo não vive em um estado de guerra contínuo e homogêneo. A política mundial é rica e complexa. Por mais que houvesse desconfiança entre nações, elas realizavam trocas comerciais e cooperavam em benefício de interesses próprios. Para os autores, cooperar não significa estabelecer uma relação de harmonia e reciprocidade, mas sim manter uma relação de interesses mútuos em que os envolvidos conquistam vantagens (AXELROD; KEOHANE, 1985).

A decadência do realismo abriu espaço nas Relações Internacionais, mais uma vez, para o liberalismo, uma tradição de pensamento mais adequada à nova realidade mundial, de grandes fluxos comerciais e de interação e intercomunicação entre os diversos países, e que trouxe para a disciplina o estudo dos atores não-estatais nas relações transnacionais. Ainda nos anos 1970, Robert Keohane e Joseph Nye publicaram trabalhos que salientavam a interdependência entre as nações – as economias nacionais estavam interligadas pelo comércio, as transações financeiras e pelo sistema de comunicação. As decisões de um Estado interferem em outro, e eles precisam lidar com os efeitos da interdependência para que não sejam afetados por consequências negativas.

Para Keohane e Nye, o limite entre o doméstico e o internacional é difuso, os atores atuam dentro e fora de suas fronteiras ao mesmo tempo. Os autores demonstraram a inconsistência de estudar o Estado como unitário, ao deixarem claro que não há um interesse nacional, mas sim uma disputa interna de grupos diversos, que usam de sua influência para que seus interesses sejam defendidos pelas autoridades do Estado no âmbito externo.

Milner (1997) argumenta que a política doméstica e as relações internacionais estão intrinsecamente relacionadas: a posição internacional de um país exerce um impacto importante nos seus assuntos de política interna e econômicos, assim como sua situação interna contorna seu comportamento em suas relações exteriores.

Esse diagnóstico complexo e paradoxal decorre da constatação de que as relações internacionais, na atualidade, não apenas englobam leque mais amplo de questões (meio ambiente, direitos humanos, migrações, pobreza, internacionalização da educação, da saúde e da cultura, cooperação para o desenvolvimento etc.) que demandam conhecimentos e expertises particulares, como também implicam, de forma cada vez mais densa e institucionalizada, uma diversidade de atores agora envolvidos em inúmeros assuntos internacionais. (MILANI e PINHEIRO, 2013, p.5).

Ainda de acordo com Milani e Pinheiro (2012); (2013), há uma relação entre Estado e governo no sentido de o governo ser uma instituição do Estado que promove políticas públicas. Nessa promoção não apenas o Itamaraty, mas também outros órgãos como o Poder Judiciário, Ministério da Cultura implicam na participação exercendo influência sobre o conteúdo da política a qual está sendo produzida. Esse rompimento junto à agenda do Ministério das Relações Exteriores flexiona os fins para os quais outros ministérios possam colaborar, perante suas unidades subnacionais.

Nesse sentido, o Ministério das Relações Exteriores, por meio do seu sítio eletrônico e diante das redes sociais, num mundo cada vez mais conectado e globalizado utiliza as ferramentas como *Twitter* e *Facebook* como forma de diálogo e maior participação da sociedade civil diante do tema da política externa brasileira.

Isto é, os meios de comunicação passam a ser significativos em assuntos onde o interesse estatal esteja presente, levando os pesquisadores a compreender os reais efeitos que a mídia pode promover na política externa, na opinião pública e na própria realidade internacional.

Além disso, uma outra forma do emprego da mídia na política externa brasileira é visto a partir dos noticiários, jornais impressos e *online*, e nas redes sociais tendo em vista a repercussão que uma notícia reproduz na opinião pública. Nesse sentido, a mídia exerce pressão e influência por meio dos canais de comunicação buscando, portanto, uma maior interferência na tomada de decisão na política externa. Ou seja, a mídia atua como ator.

3.1 A AGENDA DA POLÍTICA EXTERNA

Da mesma forma que se percebe uma mudança de atores nas relações internacionais e na forma de exercer o poder, onde os meios considerados *soft power* ganham força em detrimento dos considerados *hard power*, há também uma transformação da agenda política e econômica internacional. Paulo Roberto de Almeida (Almeida in Saraiva, 2008), admite que aos velhos problemas (comércio; matérias-primas; transferência de tecnologia e cooperação técnica em saúde, educação, trabalho, telecomunicações e transporte, por exemplo) agregaram-se novos, principalmente a partir da década de 1970.

O autor cita problemas que expandiram as barreiras e passaram a cobrar respostas globais como: “danos extensos ao meio ambiente, violações dos direitos humanos, impulsiva natalidade em determinadas regiões, epidemias devastadoras como a Aids, desigualdades criadas com a revolução da informática e instabilidade associada à volatilidade financeira” (Almeida in Saraiva, 2008, p. 303).

De qualquer forma, de acordo com Amaral (2011), esta agenda diversifica-se na mesma complexidade e dimensão global dos próprios temas que a compõem. A autora ainda afirma que estes, por sua vez, desafiam linhas de divisão regionais, princípios ideológicos e classificações por renda *per capita*. Entretanto, questões mais tradicionais ainda ocupam grande parte da agenda das organizações multilaterais como o problema monetário e financeiro internacional e a proliferação nuclear, por exemplo. Questões e temas que são foco em fóruns e conferências, nos quais se buscam soluções.

Almeida questiona a eficácia da cooperação internacional em determinadas situações. Segundo ele, na maioria das vezes, essas cooperações se revelam ineficaz ou insuficiente, levando os parceiros considerados “responsáveis” a adotar mecanismos excludentes de vigilância e controle sobre os demais. Outra questão levantada pelo autor é a inovação de certos temas e não necessariamente o ineditismo, como o caso do terrorismo, presente na agenda internacional desde o fim do século XIX, sob diferentes formas de expressão e contra causas distintas (religiosas, políticas ou ideológicas).

O professor Eiiti Sato (2001) também lembra, no artigo *A ordem internacional hoje: globalização, papel do Estado e bens públicos internacionais*, que até bem recente, esses assuntos abordados na agenda se destacavam um sobre o outro, mas que na atualidade, os interesses quase que se equivalem, dividindo as

atenções para as várias questões. Tais questões se alternam nas agendas tanto dos estadistas e como da imprensa.

Se observarmos os jornais diários, perceberemos a rotatividade nos assuntos abordados a cada mês, semana, e em alguns casos até diariamente, mesmo no noticiário internacional. Portanto, podemos dizer que a mídia, em especial o jornalismo, possui uma agenda internacional. E é dentro desse contexto que o surgimento e evolução dos meios de comunicação de massa como o rádio e a televisão foram determinantes para a difusão da informação e conseqüentemente, a ampliação da agenda internacional. Atualmente, a Internet é a grande responsável por difusão da informação mais rápida e abrangente (AMARAL, 2011).

3.2 POLÍTICA DE ESTADO E POLÍTICA DE GOVERNO

Antes de compreender como é ou como deve ser feita a política externa de um Estado, é necessário compreender alguns conceitos, como o de interesse nacional e a própria definição de política externa. O pesquisador Demétrio Magnoli (2004) admite a política externa em duas ocasiões, em tempos normais e em tempos de guerra. Para o presente trabalho, nos interessa apenas a primeira.

Magnoli define que a política externa se baseia no reconhecimento da legitimidade dos interesses nacionais estrangeiros. Para ele, “a política externa é a arte da tradução do interesse nacional nas linguagens da estratégia e da tática” (Magnoli, 2004:11). Considerando esta definição, o autor cita a diplomacia como um dos instrumentos principais da política externa.

Em outro artigo, Magnoli; César e Yang (2000) explicam que a figura do diplomata definiu sua missão com a emergência do sistema de estados modernos, assim, o ele passaria a ser responsável pela defesa do interesse nacional perante a comunidade mundial. Além desta função, Hedley Bull (in Magnoli; César e Yang, 2000) identifica outras quatro: facilitar a comunicação entre os líderes políticos dos Estados; negociar acordos entre os Estados; reunir informações relevantes sobre as demais nações e minimizar a possibilidade de atritos no relacionamento entre Estados.

Diante de tais conceitos, cabe compreender agora o que é interesse nacional e em que este se baseia. Magnoli; César e Yang (2000) definem interesse nacional como o conjunto de interesses da sociedade, que não pode ser reduzido a objetivos

impostos por um pequeno grupo, assim como não pode ser igualado a consensos conjunturais de opinião pública. O interesse nacional deve abranger valores fundamentais da sociedade ao mesmo tempo em que devem ser definidos com realismo e racionalismo.

Dentro desse contexto de interesse nacional, muitos valores sofreram atualizações como o de autonomia, que na visão clássica significava a capacidade de definir unilateralmente os interesses nacionais. Hoje é, no caso do Brasil, tida como a capacidade de definir coletivamente, no plano regional ou global, esses interesses nacionais (Magnoli; César e Yang, 2000).

Ariane Cristine Roder Figueira (2010) explica que definidos os interesses nacionais, o próximo passo seria a forma de como exercer a política externa. A autora admite que existe certa divergência entre acadêmicos e diplomatas quanto a esta forma de exercer política externa. Para uns deve ser política de estado, para outras de governo.

Em caráter de política de estado, “significa que as ações externas do país devem ser pensadas em longo prazo, com isenção de valores e regada de profissionalismo e pragmatismo” (Figueira, 2010). Ou seja, a política externa não deve estar atrelada aos interesses partidários de curto prazo.

Figueira (2010) apresenta duas correntes teóricas que divergem quanto a esta questão. A primeira é a abordagem tradicionalista ou realista que trata os Estados como únicos atores, logo as decisões políticas externas se concentram sob a responsabilidade exclusivamente do executivo. Segundo os realistas, a política externa se distingue das demais políticas públicas, por isso desconsidera a participação de agentes domésticos na tomada de decisão.

Em compensação, a perspectiva pluralista considera os muitos atores que integram e participam das decisões internacionais adotadas pelos Estados. Além disso, se opõem também a tradição realista quanto ao foco de análise na segurança internacional e ao desprezo de temas relevantes, como os processos de cooperação entre os Estados (AMARAL, 2011).

No caso específico da política brasileira, por exemplo, Amaral percebe que a diplomacia brasileira pode ser considerada uma das mais autônomas em toda a comunidade mundial, mantendo traços característicos, como o pragmatismo, que não faz julgamento de valor, e tão pouco se limita a conceitos, buscando apenas resultados.

4 AS NOVAS MÍDIAS E DIPLOMACIAS NO PLANO POLÍTICO EXTERNO BRASILEIRO ATUAL

Neste cenário internacional definido pelas novas tecnologias da informação, pode-se verificar a tentativa de utilização estratégica dos recursos de diplomacia midiática, como já citado anteriormente, pelo governo brasileiro para a promoção de uma percepção favorável do país no exterior. Como exemplo da diplomacia pública, a utilização de redes sociais por parte do Itamaraty como forma, não apenas, de dialogar com a sociedade civil, mas também, como mecanismo de conquistar a opinião pública nacional e internacional.

No que concerne, ao uso da diplomacia midiática, tivemos o caso Jô Soares, apresentador e jornalista, que por meio do seu programa na Rede Globo realizou uma entrevista com a presidente Dilma Rousseff, na busca por um diálogo mais aberto com a sociedade civil e como mecanismo, por parte do Palácio do Planalto, melhorar a imagem da presidente tendo em vista a conjuntura econômica interna que desfavorece a chefe de Estado.

A política externa brasileira também passa a ser afetada pela Era da Informação e precisa repensar as suas estratégias diplomáticas de acordo com os três modelos analíticos conceituais sugeridos por Gilboa em 2001: diplomacia pública, quando o Estado utiliza a mídia e outros canais de comunicação oficialmente para influenciar a opinião pública de outros Estados; a diplomacia indireta na mídia, quando governantes e diplomatas utilizam os veículos de comunicação privados para promover política externa; e diplomacia feita pela mídia, quando os jornalistas e executivos das empresas de comunicação assumem o papel de diplomatas e passam a interferir diretamente nas questões internacionais, com os mais diferentes motivos e consequências, e muitas vezes servindo até mesmo como mediadores para a resolução de problemas e impasses.

Desde o governo Fernando Henrique Cardoso (1994-2002), passando pelos dois mandatos de Lula (2003-2010), pelo governo da Presidente Dilma Rousseff (2011-2016) até o atual governo do Presidente Michel Temer, a adoção de estratégias políticas voltadas para a construção de imagens positivas do país em

todos os âmbitos e o entendimento de sua importância para a própria atividade diplomática passou a orientar diversas ações e programas brasileiros (BURITY; NOGUEIRA, 2014, pp. 376-377).

No caso de FHC, este teve o mérito de projetar o país na cena internacional a partir de parâmetros ligados à ideia de que o Brasil retornava à prática de políticas democráticas e com base na própria reputação do ex-presidente como um “intelectual internacional” (LESSA; GAVIÃO apud BURITY; NOGUEIRA, 2014, p. 377). No entanto, foi no governo do ex-presidente Lula que ocorreu de fato uma reforma estrutural e uma mudança conceitual no campo da comunicação governamental. Até o ano de 2003, a política de comunicação social do governo federal não possuía um planejamento específico e um modelo de comunicação integrado entre todos os órgãos do poder executivo federal, sem falar que a comunicação e interlocução com a imprensa internacional eram esporádicas, voltadas para pequenas demandas sem planejamento em longo prazo (BURITY; NOGUEIRA, 2014, p. 385).

Segundo Burity, em março de 2007, foi criada a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom/PR), na tentativa de acabar com a fragmentação da política de comunicação encontrada até então na Secretaria de Imprensa da Presidência da República. Essa nova estrutura da comunicação social estatal deu margem ao desenvolvimento das notícias relacionadas à política externa e a Área Internacional do Secom/PR passou a se relacionar diretamente com a imprensa internacional e os correspondentes estrangeiros.

De acordo com o Balanço de Política Externa 2003-2010, no Itamaraty, o Departamento Cultural possui atribuições diretamente ligadas à diplomacia pública, auxiliando na divulgação no exterior da cultura brasileira. No escopo desse departamento, a Coordenação de Divulgação (Divulg) é responsável por disseminar informações sobre a política externa brasileira no exterior. A Subsecretaria-Geral de Cooperação e Promoção Comercial é responsável pelas atividades de diplomacia pública para promover a formação de redes entre atores privados da sociedade, nesse caso, atuando na área comercial e financeira para divulgar a imagem do Brasil e a qualidade de seus produtos. O MRE também possui a Assessoria de Imprensa do Gabinete que atende jornalistas e serve como fonte de informações para formadores de opiniões internacionais e o Portal do Itamaraty na internet disponibiliza uma sessão denominada “sala de imprensa”, na qual constam todas as

notas divulgadas à imprensa, assim como artigos e entrevistas dos Ministros e diplomatas (BURITY; NOGUEIRA, 2014, pp. 386-387).

Segundo informações do MRE/Itamaraty, colhidas no relatório do Balanço de Política Externa 2003-2010, durante esse período, a Coordenação de Divulgação (Divulg) negociou a promoção da imagem do Brasil por meio de diversas iniciativas que foram agrupadas pelo Itamaraty da seguinte forma:

Publicações – realizadas em vários idiomas, as publicações tiveram como temas principais: música brasileira (popular e erudita), culinária, capoeira, festas populares, teatro, futebol, integração física da América do Sul, indústria no Brasil, biocombustíveis, ciência, tecnologia e inovação. Algumas das revistas foram objetos de lançamento no exterior, com vistas a atingir um público mais amplo e renovar o imaginário existente com relação ao Brasil, para assim superar determinados preconceitos e também disseminar informações sobre setores nos quais o Brasil tem atingido um nível de excelência.

Exposições – com semelhante objetivo, ocorreram no período citado as seguintes mostras e exposições: Cartunistas sul-americanos, AMRIK – a presença árabe na América do Sul, Oscar Niemeyer – 50 anos de Brasília, Cartas d' África (exposição sobre o movimento dos retornados, descendentes de escravos brasileiros que voltaram para a África, levando consigo aspectos da cultura brasileira em diversos planos).

Programa Formadores de Opinião – programa que consiste no convite a jornalistas estrangeiros para visitarem o Brasil e conhecer projetos vencedores em setores diversos, tais como infraestrutura, cultura, ciência e tecnologia, esportes, planejamento urbano, entre outros.

Programas de Rádio – apoio a programas de rádio sobre música e cultura brasileiras em quase todos os países onde o Brasil mantém missões diplomáticas.

Internet – manutenção e atualização constantes da página eletrônica do Ministério, assim como de website específico do Departamento Cultural. Além disso, a Divulg apoiou, ao longo do período, a criação, manutenção e aperfeiçoamento das páginas eletrônicas de toda a rede de Postos no exterior. No ano de 2010, em coordenação com os setores de Imprensa e Informática do Ministério, foi concluída a reformulação da página do MRE, bem como a reformulação e padronização das páginas dos Postos no exterior, com vistas à atualização de tecnologias empregadas e o aprimoramento da comunicação com a sociedade civil e a difusão mais eficaz de informações sobre os diversos aspectos da realidade brasileira (política externa, economia, promoção comercial, ciência e tecnologia, cultura, assuntos consulares etc.) (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES).

A consolidação da sociedade democrática e a mudança nos hábitos de consumo de mídia no Brasil reforçaram a necessidade de maior participação e de maior transparência dos atos governamentais. Com o desenvolvimento da maior interação e participação do usuário nas mídias digitais, a participação do público passou a ocorrer de maneira direta e instantânea. O MRE mantém diversos perfis em plataformas de mídias sociais e de conteúdo digital, com os objetivos de

estabelecer canais de comunicação do Ministério com a sociedade e de compartilhar informações sobre o cotidiano do Itamaraty, além dos principais eventos e iniciativas da política externa brasileira.

De acordo com o Blog do Itamaraty, o mesmo é reconhecido como uma das chancelarias mais atuantes nas mídias digitais em todo o mundo. Com mais de 110 mil seguidores em suas três contas de *Twitter* (em português, inglês e espanhol), mais de 65 mil “curtidas” na página do *Facebook*, mais de 5 mil fotos no *Flickr* e mais de 1 milhão de visualizações no *YouTube*, o MRE tem sido estudado como exemplo de comunicação e interação com o público. Segundo estudo recente, o perfil do Itamaraty no *Twitter* é o mais conectado entre os Ministérios das Relações Exteriores da América Latina e está entre as 20 maiores contas relacionadas de política externa.

Diante disso, como ressalta Hansen (2006), a língua pertence à dimensão social, política e cultural de uma sociedade. A língua representa um sistema instável onde sinais são evidenciados a partir da construção da identidade e da diferença. Através da linguagem é possível enxergar as implicações do discurso político marcados por construções específicas e subjetividades. Os meios de comunicação na medida em que trabalham com diversos tipos de linguagem atuam de modo ambíguo. Portanto, para entender a linguagem é preciso observar o local de produção, reprodução de particulares subjetividades e identidades ao mesmo tempo enxergar suas exclusões.

Suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesa e temível materialidade (FOUCAULT, 2014, p.9).

A análise do campo discursivo orienta-se de forma a tratar e a compreender o enunciado. Para, além disso, o discurso permite enxergar as estreitezias, as singularidades determinando condições de sua existência. Por intermédio do discurso, algumas correlações com outros tópicos mostram que outras questões acabam por serem marginalizadas. A análise de discurso possibilita, portanto, demarcar as superfícies das primeiras emergências, as instâncias de delimitação chegando inclusive às grades de especificação (FOUCAULT, 1997, p.31).

Como bem lembra Roxanne Doty (1993), a análise de discurso permite observar as concepções de poder que são inerentes as práticas discursivas pelos

quais os agentes são construídos. Ao longo do tempo é possível enxergar que as práticas discursivas não são feitas com uma base onde o centro é fixo e estável. Isto é, as práticas discursivas constituem termos e modos de subjetivação de modo disperso e espalhados por vários locais (MILLIKEN, 1999).

Com isso, a análise de discurso da diplomacia do *Twitter*, mostra o modo como o antigo Ministro das Relações Exteriores, José Serra (2016-2017), durante os primeiros apontamentos da gestão do governo do presidente Michel Temer, utilizou-se para responder aos questionamentos dos governos vizinhos da região da América Latina e das Organizações Internacionais, quanto à legitimidade do recente governo e também como modo de mostrar os novos desenhos geopolíticos, geoestratégicos do que ele chamou da Nova Política Externa Brasileira.

John Postil (2012) afirma que há cada vez mais, um aumento do uso de mídias digitais e redes sociais, por diversos atores políticos (políticos, jornalistas, ativistas e líderes religiosos, por exemplo). Ainda que seja muito recente, por meio da digitalização, a política tradicional começou a perceber, as novas formas e maneiras de se pensar, de se construir e constituir a política. A adesão de novas técnicas de marketing constrói um Estado digital, onde busca-se melhorar as imagens não apenas do político, mas também, das agências pertencentes ao Estado. Para além disso, uma grande rede colaborativa busca democratizar as tomadas de decisão desse Estado Digital (FOUNTAINS, 2001). Em um mundo certamente marcado pela Era digital, as conexões pessoais ganham cada vez mais relevância, tanto sob o aspecto da interatividade, da estrutura temporal, das pistas, dos armazenamentos, do alcance e da mobilidade, sobretudo, da política em rede (BAYM, apud POSTIL 2012).

O governo digital é a conectividade, o campo da democracia digital tem no seu núcleo, o conceito de "esfera pública", associado ao filósofo social Jürgen Habermas. Uma esfera pública é "uma arena, independente do governo [e do mercado]. . . Que é dedicado ao debate racional e que é tanto acessível à entrada e aberto à inspeção pelos cidadãos (POSTIL, 2012, p.166).

Nesse sentido justifica-se a escolha do *Twitter* como meio de comunicação, tendo em vista que a rede social se tornou um dos principais canais de mídia social, utilizados pelos líderes políticos, de acordo com "*TwiplomacyStudy 2015: How world leaders connect on Twitter*" da agência Burson-Marsteller. Segundo a agência, quando os líderes mundiais querem alcançar grandes audiências com mensagens-chaves ou por uma frase curta que capta a essência do que o falante estava

tentando dizer, e é usado para resumir as informações e seduzir o leitor ou espectador, por exemplo, fazem o uso das redes sociais.

Twiplomacy é o principal estudo da atuação de líderes globais no *Twitter*, possuindo como objetivo identificar o grau em que esses líderes usam o *Twitter* e como eles se conectam na rede social. E de acordo com ele, até 24 de março de 2015, 86 por cento dos 193 países membros da ONU tinham presença no *Twitter*. 172 chefes de Estado e chefes de governo têm contas pessoais e mais da metade dos chanceleres do mundo e suas instituições estão ativos nessa rede social.

Com isso, para muitos diplomatas, o *Twitter* tornou-se um poderoso canal para a diplomacia digital e políticas de Estado no século atual. Para servir de exemplo, durante as negociações sobre o Irã em Lausanne (março/abril de 2015), o *Twitter* foi o canal de mídia social escolhido pelas partes negociadoras para atualizar a mídia, assim como o público em geral. Além disso, foi essencial também para disseminar globalmente o aperto de mãos histórico entre Barack Obama e o presidente cubano Raul Castro na 7ª Cúpula das Américas no Panamá em abril 2015, e, ainda em abril de 2015, a ex-secretária de Estado, Hillary Clinton escolheu, exclusivamente, o *Twitter* e *YouTube* para anunciar sua candidatura presidencial de 2016.

Em 24 de março de 2016, Matias Spektor definia como “diplomacia do impeachment” as ações diplomáticas ofensivas contra o impeachment da Presidente Dilma Rousseff. O governo petista acionou parte do corpo de embaixadores residentes em Brasília, estabeleceu canais de comunicação com governos estrangeiros e iniciou sua defesa perante a opinião pública internacional. A imagem que se tentava passar era a de uma grande conspiração para desferir um golpe contra a República. Por outro lado, a oposição começava a tomar partido e acionavam as suas redes de contatos na tentativa de moldar a conversa pública internacional sobre a situação do país. Ainda de acordo com Spektor, a “diplomacia do impeachment” seria determinada por três atores fundamentais: Mauricio Macri e sua influência na UNASUL e no MERCOSUL, Barack Obama e seu poder de definição da atitude de grande parte da comunidade internacional, além de uma poderosa rede internacional de juristas com influência na ONU.

A discussão sobre o impeachment da Presidente da República, Dilma Rousseff, repercutiu na imprensa internacional, reforçando o tema da crise política brasileira como pauta internacional. No âmbito da América Latina, Colômbia,

Argentina, Chile e Paraguai se recusaram a aceitar a tese de que havia um golpe em curso no país. Ao mesmo tempo em que Bolívia, Equador, Cuba e Venezuela manifestaram seu apoio à Presidente. Estas posições divergentes refletiram o posicionamento da UNASUL e do MERCOSUL. Inicialmente, Ernesto Samper, Secretário-Geral da UNASUL, emitiu uma nota em apoio à Dilma Rousseff. Todavia, em reunião de Ministros das Relações Exteriores da UNASUL, em maio de 2016, para institucionalizar a troca da presidência da organização, não foi aprovada uma moção de repúdio ao processo de impeachment no Brasil. No MERCOSUL, a polarização dos países vizinhos não foi diferente. Não existe consenso entre os países para sustentar uma decisão favorável à cláusula democrática e possível suspensão do Brasil da organização, como ocorreu em 2012 com o Paraguai. Em nota, o Secretário-Geral da Organização dos Estados Americanos (OEA), Luis Almagro Lemes, também criticou a atuação do Judiciário e do Legislativo brasileiro em claro apoio à Presidente Dilma Rousseff. Os EUA se mostraram neutros em relação à questão (GONÇALVES, 2016, p. 2).

Em tempos de crise política, o Itamaraty tem que lidar com a ausência de coesão no corpo diplomático e com os embates políticos no alto escalão do governo, além de contornar problemas relacionados à credibilidade política e econômica do país no âmbito internacional (GONÇALVES, 2016, p. 5). Dessa forma, o Ministério das Relações Exterior tenta se fortalecer institucionalmente, aumentar a sua capacidade de coordenação da política externa e recuperar a imagem do país no cenário internacional.

Em finalidade disso, no dia seguinte ao anúncio de Serra como novo Ministro das Relações Exteriores do governo Temer, de acordo com a conta oficial do MRE Brasil, novas mensagens são veiculadas no *Twitter*, em repúdio às manifestações dos governos da Venezuela, Cuba, Bolívia, Equador e Nicarágua, além da Aliança Bolivariana para os Povos de Nossa América/Tratado de Comércio dos Povos (ALBA/TCP) e do Secretário-Geral da União das Nações Sul-Americanas (UNASUL), Ernesto Samper, sobre a situação política interna brasileira.

Ao se posicionar no *Twitter* do MRE Brasil para combater publicamente as críticas feitas por países vizinhos ao impeachment da presidente Dilma Rousseff e justificar que esse processo é previsão constitucional e, portanto, que o Vice-Presidente assumiu a presidência por determinação da Constituição Federal, nos termos por ela fixados, estaria a diplomacia de José Serra utilizando os meios

digitais para praticar uma política do Estado brasileiro ou uma política do Governo Temer? Para o ex-chanceler Celso Amorim, “em suas primeiras ações, o novo chanceler disse a que veio”. As notas divulgadas pelo Itamaraty foram estranhamente atribuídas ao MRE e não ao governo brasileiro com o intuito provável de enfatizar a autoria.

Ao mesmo tempo, sob a ótica de um pragmatismo imediatista, tenta-se a diferenciação do governo Temer em relação aos governos anteriores, acusados de ação partidária em suas ações de política externa. De acordo com o diplomata e professor do Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais do Ministério das Relações Exteriores, Paulo Roberto de Almeida, o primeiro gesto público da nova diplomacia brasileira pode ser visto como um alerta aos antigos aliados do PT no plano regional e internacional, no sentido em que o Brasil não mais favorecerá e privilegiará relações políticas especiais com os chamados países bolivarianos.

Para o professor de Relações Internacionais da FGV, Oliver Stuenkel, há um certo exagero quando se consideram as diferenças ideológicas entre o PT e o PSDB na área de política externa. Para Stuenkel, a ênfase às relações sul-sul no governo Lula era mais uma questão de contexto e de oportunidade e se Serra tivesse sido eleito em 2003, no lugar de Lula, a relação sul-sul também teria sido uma marca de seu governo. Finalmente, para Camila Asano, coordenadora de Política Externa da ONG Conectas Direitos Humanos, os sinais emitidos por Serra no *Twitter* são preocupantes. Para ela, uma decisão dessa envergadura, com tantos impactos no cosmopolitismo e na imagem que o Brasil tem projetado nos últimos anos, não pode ser tomada a portas fechadas, sem consultar a sociedade previamente.

Diante disso, ao analisar as postagens da conta oficial do MRE Brasil sob a perspectiva dos três modelos analíticos conceituais de diplomacia midiática desenvolvidos por Gilboa em 2001, pode-se verificar que as mensagens digitais do Itamaraty possuem uma característica multifuncional, ou seja, elas não se direcionavam exclusivamente a uma audiência ou a uma finalidade específica. Por um lado, as mensagens no *Twitter* visavam contornar problemas relacionados à credibilidade político-institucional do Brasil no exterior, influenciando a opinião pública internacional sobre os acontecimentos a respeito do Impeachment da Presidente Dilma Rousseff, podendo caracterizar assim a comunicação como diplomacia pública.

Por outro lado, as postagens tinham como objetivo a comunicação com os chefes de Estados para a construção de pontes e da confiança com o governo recém-empossado, caracterizando a comunicação como diplomacia na mídia. Dessa forma, a diplomacia brasileira tenta aumentar o seu poder de agenda *setting* e introduzir um assunto de seu interesse, sob o seu ponto de vista, na pauta da mídia internacional e de outros Estados considerados alvos, aumentar a sua capacidade de atuar diretamente sobre as elites ou sobre os atores democráticos responsáveis pela formulação e pela manutenção dos interesses nacionais (VALENTE, 2007 apud BURITY; NOGUEIRA, 2014, p. 380).

No entanto, conforme argumentado pelo repórter João Paulo Charleaux, a comunicação pública não é a primeira ferramenta da diplomacia para resolver impasses entre Estados. Essa opção de bater de frente e, principalmente, por meio de notas públicas é incomum, sendo os canais bilaterais e a discricção, normalmente, priorizados.

Enfim, o conceito denominado *e-Government* apresentado pelo Banco Mundial, que o define como sendo um “processo de reforma no modo que os governos trabalham, compartilham informação e prestam serviços para os seus clientes externos e internos” nos remete à necessidade de se alargar o conceito de diplomacia tradicional e as próprias funções do “novo diplomata” (APRIGIO, 2010, p. 4). Nesse contexto, além de gerenciar e divulgar as informações nas comunicações Governo-Governo, com as novas tecnologias da comunicação, a diplomacia digital alarga o espectro comunicacional da diplomacia tradicional e passa a incluir as relações Governo-Cidadão e Cidadão-Governo, incluindo também, nessa esfera, todos os atores não estatais.

Nesse sentido, a diplomacia brasileira do Governo Temer não poderia ser diferente. É certo dizer que o Itamaraty procura se adequar à atualidade e utiliza as mídias sociais digitais para interagir e divulgar aos Chefes de Estado informações favoráveis aos seus objetivos e, ao mesmo tempo, influenciar a opinião dos atores não governamentais. Para tais finalidades, o *Twitter* se apresenta como uma ferramenta de comunicação e informação relevante para o exercício da diplomacia brasileira contemporânea.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações contemporâneas são um desafio para indivíduos, grupos, sociedades e para os Estados. A velocidade das mudanças, não só das comunicações, mas na ciência, na informática, na indústria e nas relações sociais, exige, na maioria das vezes, adaptações igualmente rápidas.

No campo da política externa, a emergência de novos atores, a disseminação do poder e até mesmo a emergência dos meios globais de comunicação se tornaram fatores desafiantes e que dão margem as mais diferentes teorias para o seu novo papel ou mesmo para a sua dissolução.

Porém, não devemos nos enganar diante dessas projeções. Se neste trabalho vimos as diversas implicações que os modernos meios de comunicação impõem ao sistema de poder internacional, vimos também a grande capacidade que o Estado tem de se adaptar a esse novo contexto. E assim é em praticamente todas as esferas das transformações sociais.

Diante da emergência da comunicação globalizada, também notamos um intenso trabalho de adaptação, a criação de novas formas de interação, de diplomacia e de novas estratégias para a manutenção e ampliação do poder.

Essas são características, no entanto, que podemos observar como inerentes ao Estado, mas não a todos eles. Quando saímos do plano abstrato para a realidade do jogo internacional, o que observamos é que essas transformações são implementadas primeiramente pelos Estados que já detêm o poder, ou seja, que possuem a hegemonia do sistema. Os outros vêm a reboque, adaptando-se e interagindo a partir do que os Estados mais ricos e fortes fazem. E é o que vem acontecendo no uso da comunicação.

O Brasil, cujas redes de TV, por exemplo, estão entre as maiores do mundo, possuindo uma rede jornalística de grande porte, capacidade de difusão cultural, tecnologia para transmissão global de alta qualidade já disponível, porém não dispõe de qualquer trabalho formalmente organizado para transformar esses recursos em instrumentos para a ampliação de ser poder de negociação em política externa.

Além disso, a indústria da comunicação brasileira tem condições, mas não produz um jornalismo para consumo internacional. Temos programação 24 horas distribuída no Japão, porém seu conteúdo é voltado exclusivamente para os brasileiros residentes no exterior. Alguns dos jornais estão entre os mais modernos e

bem-feitos do mundo, mas possuem poucos correspondentes, dependendo demais das agências internacionais, e não há estratégias de venda de seus conteúdos para além das fronteiras. É inexistente a vontade de se ganhar o público externo, não se vê uma forma de crescimento nesse aspecto.

Portanto, é certo afirmar que tal característica impede qualquer pretensão do Brasil de se tornar um ator realmente influente e formador de opinião no cenário internacional. Para complicar ainda mais o cenário, assim como a indústria da comunicação brasileira, o governo não vê esse como um campo estratégico para o exterior. Não se cria estímulos para que essas empresas se voltem ao mercado internacional e, o mais importante, não trabalha para a construção de uma cultura empresarial de política externa na comunicação. Certamente o Brasil não viu nas novas estratégias de diplomacia um meio de ampliar seu poder e, conseqüentemente, seu desenvolvimento. Por enquanto, agimos a partir da iniciativa de outros Estados, respondendo aos desafios impostos, não sendo assim elaboradores de estratégias.

Em teoria, como em praticamente todo o resto do mundo, passamos por cima do tema. Ainda engatinhamos nos passos das Relações Internacionais e temos pouquíssimos trabalhos que relacionam o saber dessa disciplina a outros fenômenos importantes para ela, sendo uma das dificuldades encontradas no presente trabalho.

Mas, como Milton Santos costuma citar, o mundo não é feito apenas do que já existe, mas também do que pode efetivamente existir. Se as novas formas de se fazer diplomacia se tornaram estratégicas, e se tornar-se um Estado formador de opinião é quesito para um papel mais importante no cenário internacional e para o nosso desenvolvimento, devemos então trabalhar para tornar essa potencialidade uma realidade efetiva.

É importante também afirmar que desenvolver uma política externa adequada aos interesses do país é fundamental para qualquer objetivo no cenário internacional. Entretanto, se o objetivo é fazer com que essa política coloque o Estado em posição central no jogo contemporâneo, outros requisitos precisam entrar em cena, e um dos principais é a criação de uma cultura de política externa.

O Estado é o ator efetivo das políticas voltadas para o exterior, mas sozinho é muito mais limitado do que quando auxiliado pelas forças internas, econômicas e sociais. Para isso, é preciso que essas forças estejam alinhadas aos objetivos do país no plano global. Deve-se ter consciência do papel que o Estado possui e do

papel que ele quer ter. Isso só é possível com a disseminação da cultura de presença do país no exterior, e de uma presença, ativa, e não somente reativa em relação aos valores e projetos estrangeiros.

Criar uma cultura de política externa não significa, então, sufocar e esquecer interesses setoriais ou divergências internas, mas fazer com que cada um dos segmentos internos veja nos objetivos internacionais do Estado e nas oportunidades do exterior um campo farto para a atuação e para o desenvolvimento.

Nesse sentido, os meios de comunicação assumem papel importantíssimo. Primeiro, porque seu empresariado precisa ser educado dentro dessa cultura, ou seja, é importante entender melhor a necessidade que o país possui de ter um papel-chave no cenário internacional e que isso é fator essencial para o desenvolvimento do país. Onde certamente se encontrou estagnado no plano político externo brasileiro, principalmente no governo Dilma e no governo atual.

É preciso então ir além, incentivar não somente as empresas de comunicação nesse trabalho interno, mas a ganharem mercado interno. A terem influência global, a disputarem mercados de outras línguas, transformando a indústria de comunicação brasileira em uma indústria ainda mais lucrativa, de caráter internacional. Para o Estado, tal crescimento ganha valor estratégico e abre campo para que suas novas formas de diplomacia sejam mais eficazes e que seu poder, seguindo a definição de Nye, seja ainda mais importante.

Nesse ponto também foi possível observar a ampliação da participação social junto à Internet não mais como simples receptora de informações, mas como produtora ativa por meio das plataformas que se popularizaram e também passaram a ganhar maior credibilidade, ainda que gradual e de forma diferenciada de país para país.

A conclusão que se chega com relação ao surgimento das redes sociais é a de que, efetivamente, essas novas mídias propiciam uma interação e um novo olhar sobre certos acontecimentos que antes ficavam sujeitos ao olhar que a mídia conferia dentro de seus interesses enquanto empresa. Ao lado do crescimento dos blogs existentes, as redes sociais também propiciaram a identificação de situações práticas envolvendo a sua utilização em circunstâncias políticas internacionais, onde o resultado foi afetado sensivelmente pela utilização desse tipo de nova mídia. Assim, é possível concluir que as redes sociais como *Twitter*, *Facebook* e *YouTube*, por exemplo, apesar de recentemente criadas, já deparam com o estabelecimento

de novas relações de poder e influência por meio da rede, visto que a mídia é um importantíssimo ator das Relações Internacionais na medida em que ela passou a ser um dos focos intrínsecos dos demais atores que desejam atingir a opinião pública mundial e influenciar a política internacional, e isso ainda certamente poderá causar muitas mudanças nos processos políticos futuros do país.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA SÁ, Fernando de. **Opinião pública e política: a apropriação de um conceito**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002. Acesso em: 20 de abr. de 2011. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp027788.pdf>>.

ALMEIDA, Paulo Roberto de. **Política externa e política econômica no Brasil pós-PT**. Revista Mundorama. 07 de julho de 2016. Acesso em: 29 out. de 2017.

ALMEIDA, Paulo Roberto. **As duas últimas décadas do século XX: fim do socialismo e retomada da globalização**. In SARAIVA, José Flávio Sombra (org). História das relações internacionais contemporâneas: da sociedade internacional do Século XIX à era da globalização. São Paulo: Saraiva, 2008.

APRIGIO, André E. Ribeiro de Souza. **Diplomacia digital e o papel do “novo diplomata”**. Revista Mundorama. 18 de junho de 2010. Acesso em: 08 nov. de 2017.

ARON, R. **Paz e Guerra entre as nações**. São Paulo: Editora Universidade de Brasília, 2002.

BLOG DO ITAMARATY. **A Diplomacia na era digital**. Disponível em: <http://blog.itamaraty.gov.br/65diplomacia-publica/163-a-diplomacia-na-era-digital>. Acesso em: 10 nov. de 2017.

BLOG DO PLANALTO. **O Brasil não é mais coadjuvante no cenário internacional**. 2010. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/o-brasil-nao-e-mais-coadjuvante-no-cenario-internacional/>>. Acesso em: 10 de nov. de 2017.

BORN, Margarethe. **Educação midiática no campo da política externa brasileira. 2006**. Acesso em: 14 de out. de 2017. Disponível em: <<http://www.observatoriodemidia.org.br/artigo.asp>>.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão; A influência do jornalismo & Os jogos olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BURITY, Caroline Rangel Travassos. **A influência da mídia nas relações internacionais: um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática**. Contemporânea, v.1, n. 21, 2013.

BURITY, Caroline Rangel Travassos. **Mídia e Relações Internacionais: o conceito de Diplomacia Midiática**. Diálogos Internacionais, 16 de novembro de 2015. Disponível em: <http://www.dialogosinternacionais.com.br/2015/11/midia-erelacoes-internacionais-o.html>. Acesso em: 19 de out. 2017.

CAMARGO, Julia Faria. **Mídia e relações internacionais - lições da invasão do Iraque em 2003**. Coleção Relações Internacionais. Juruá Editora, 2009.

CAMPANERUT, Camila. **Lula fecha governo com 80% de aprovação e bate novo recorde**, diz CNI/Ibope. In: UOL notícias. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/politica/2010/12/16/aprovacao-a-governo-lula-e-de-80-e-batenovo-recorde-diz-cniiboep.jhtm>>. Acesso em: 05 de nov. 2017.

CARR, Edward. **Vinte anos de crise: 1919-1939**. Uma introdução ao estudo das Relações Internacionais. 2ª ed. Brasília: UnB; FUNAG/MRE, 2002.

CARVALHO, Antônio. **A Diplomacia Mediatizada**: Em busca do refrão de um Brasil megalonânico. Appris, 2015.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Communication, power and counter-power in the network society**, 2007.

CHARLEAUX, João Paulo. **O que revelam as primeiras investidas de Serra na diplomacia**. Nexo Jornal. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/05/17/O-que-revelamas-primeiras-investidas-de-Serra-na-diplomacia>. Acesso em: 07 nov. de 2017.

COSTA, Amanda. **Em oito anos, Lula gastou quase R\$ 10 bilhões em publicidade**. In: Contas Abertas. UOL. Disponível em: <<http://contasabertas.uol.com.br/WebSite/Noticias/DetalheNoticias.aspx?Id=370>>. Acesso em: 10 de nov. de 2017.

DOTY, Roxanne Lyn. Foreign Policy as Social Construction: A Post-Positivist Analysis of U.S. Counterinsurgency Policy in the Philippines. **International Studies Quarterly** (1993) 37, 297-320.

FAUSTO NETO, Antônio. **O impeachment da televisão: como se cassa um presidente**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

FIGUEIRA, Ariane Cristine Roder. **Política Externa**: Política de Estado ou Política de Governo? Disponível em: <<http://mundorama.net/2010/06/10/politica-externapolitica-de-estado-ou-politica-de-governo-por-ariane-cristine-roder-figueira/>>. Acesso em: 08 de nov. 2017.

FOLHA UOL. **Leia na íntegra o discurso de Lula no Congresso Nacional**. 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u44275.shtml>>. Acesso em: 15 de nov. de 2017.

FOUCAULT, Michael. **A ordem do Discurso**. São Paulo: Editora Loyola, 2014.

GILBOA, Eytan. **Global Communication and foreign policy**. Journal of Communication, dez., p.p.731-748, 2002.

GILBOA, Eytan. **Mass communication and diplomacy**: A Theoretical Framework. Journal of Communication Theory. v.10, n.3, 2001.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

ITAMARATY. **Resumo estatístico das visitas de Chefes de Estado e Chefes de Governo ao Brasil (2003-2010)**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balancode-politica-externa-2003-2010/visitas-internacionais-do-presidente-lula-e-visitas-ao-brasil-dechefes-de-estado-e-de-chefes-de-governo-2003-a-2010>>. Acesso em: 9 de nov. de 2017.

KELLNER, Douglas. **A cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LESSA, Mônica; GAVIÃO, Leandro. **Política externa, mídia e propaganda nos governos Lula da Silva (2003-2010)**. In: FREIXO, Adriano de et al. (orgs.). *A política externa brasileira na Era Lula: um balanço*. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.

MAGNOLI, Demétrio, CÉSAR, Luís Fernando, YANG, Philip. Em busca do interesse nacional. **Política Externa**, São Paulo, v.9, n.1, p.33-51, jun/ago 2000.

MAGNOLI, Demétrio. **Política internacional**. 3ª ed. Brasília: FUNAG, 2004.

MARINUCCI, Raquel Boing. **Relações internacionais e mídia**. Univ. Rel. Int., Brasília, v. 6, n. 1, p.p. 43-52, jan./jun. 2008.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. 2. ed. Buru, SP: EDUSC, 2002.

MERLE, Marcel. Sociologia das relações internacionais. Tradução de Ivone Jean. Brasília: Universidade de Brasília, 1981. p. 213. 32. In OLIVEIRA, Rafael Santos de. **A mídia como ator emergente das Relações Internacionais**: seu protagonismo no uso do soft power frente aos desafios das mudanças climáticas. Florianópolis: UFSC, 2010. 418 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

MILTON PINTO, José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. Secretaria de Planejamento Diplomático. Balanço de Política Externa 2003-2010. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-depoliticaexterna-2003-2010>>. Acesso em: 10 nov. de 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Imprensa e Poder**. Editora Brasília, 2002.

NOGUEIRA, João Pontes e MESSARI, Nizar. **Teoria das Relações Internacionais: correntes e debates**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. Introdução.

NYE, Joseph S. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**. Entrevista concedida ao programa Public Affairs do Carnegie Council. Disponível em: <

<http://www.carnegiecouncil.org/resources/transcripts/4466.html>>. Acesso em: 22 de out. 2017.

OLIVEIRA, Rafael Santos de. **A mídia como ator emergente das Relações Internacionais**: seu protagonismo no uso do soft power frente aos desafios das mudanças climáticas. Florianópolis: UFSC, 2010. 418 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

RAMALHO, José Antônio. **Mídias Sociais na Prática**. São Paulo: Elsevier, 2010.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. Coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 2007.

SÁ BARRETO, Carmen Virgínia Montenegro. **Comunidades midiáticas e culturas**: as inter-relações dialógicas na produção dos telejornais da Globo NETV e Jornal do Almoço. PGC/UNISINOS. São Leopoldo/RS, 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Leopoldo/RS, 2006.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SPEKTOR, Maria. **Diplomacia do impeachment**. Folha de São Paulo. 24 de março de 2016. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/matiasspektor/2016/03/1753475-diplomacia-doimpeachment.shtml>. Acesso em: 10 de nov. 2017.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia: Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VALENTE, Leonardo. **Política externa na era da informação**: o novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumentos de Estado nas Relações Internacionais. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

APÊNDICE A – Os tweets da conta oficial do MRE Brasil e dos representantes de governo

